

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Pada bab ini akan dijelaskan teori yang digunakan untuk menjelaskan model penelitian yaitu menggunakan teori stakeholder (*stakeholder theory*) dan teori legitimasi (*legitimacy theory*). Teori stakeholder untuk menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan upaya pelaporan agar memberikan informasi yang lengkap kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Hal ini dikarenakan perusahaan/perseroan terbatas bukan merupakan entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun juga memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam arti perusahaan harus memberikan manfaat bagi komunitas setempat dan lingkungan yang harus diinformasikan kepada para *stakeholders*. Teori legitimasi digunakan untuk menjelaskan pentingnya kegiatan dan program untuk sebuah masyarakat agar masyarakat dapat mengakui dan mendukung adanya perusahaan dilingkungan mereka tinggal.

1. Teori Stakeholder

Kemakmuran suatu perusahaan sangat bergantung kepada dukungan dari para stakeholdernya. Stakeholder diartikan sebagai pemangku kepentingan yaitu pihak atau kelompok yang berkepentingan, baik langsung maupun tidak langsung terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan, dan karenanya kelompok tersebut mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan (Ayudia, 2017).

Menurut (Devi, dkk 2017) Teori Stakeholder menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan, namun juga harus memberikan manfaat bagi stakeholder (pemegang saham, kreditur, konsumen, pemasok, analis, karyawan, pemerintah, dan pihak lain seperti masyarakat yang merupakan bagian dari lingkungan sosial).

Menurut (Sumaryo dan Asyik, 2017) yang menyatakan bahwa pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan stakeholdernya. *Stakeholder* perusahaan pada dasarnya memiliki peran yang sangat besar dalam mengendalikan atau mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan oleh perusahaan. Melihat peran penting stakeholder tersebut, maka perusahaan sudah seharusnya memberikan perhatian yang besar terhadap stakeholder-nya, bukan hanya kepada pemilik saja. Teori ini pada awalnya muncul karena adanya perkembangan kesadaran dan pemahaman bahwa perusahaan memiliki stakeholder ini kemudian menjadi hal yang banyak dibicarakan.

Menurut (Devi, dkk 2017) tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder*.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa teori *stakeholder* menyatakan kepentingan tidak hanya ada pada pemilik atau manajemen perusahaan, namun kepentingana juga dimiliki oleh para pemangku

kepentingan yang lain yang ikut berkontribusi pada perusahaan. maka dari itu, perusahaan akan bereaksi dengan melakukan aktivitas-aktivitas pengelolaan yang baik dan maksimal atas sumber-sumber ekonomi untuk mendorong kinerja keuangan dan nilai perusahaan sesuai dengan harapan para *stakeholder* (Devi, dkk 2017). *Old corporate relation* dan *new corporae relation* adalah dua metode dalam teori *stakeholder*.

Old corporate relation merupakan suatu metode dimana perusahaan melakukan aktifitas secara terpisah dari pada pemangku kepentingan, artinya perusahaan hanya mengutamakan kepentingan diri sendiri untuk mendapatkan laba tanpa memperhatikan faktor lain. Sedangkan *new corporate relation* merupakan suatu hubungan perusahaan dengan menekankan berupa kerjasama dan memerlukan kontribusi terhadap seluruh *stakeholdernya* untuk memikirkan kepentingan bersama dalam mencapai laba untuk keajahteraan perusahaan maupun para *stakeholdernya*.

Mengutip (Bussy, 2008:4816) dalam (Rachmat, 2017:58) teori *stakeholder* ini sering digunakan dalam tiga pendekatan teori, yaitu : 1) Teori *stakeholder* deskriptif, yaitu untuk mendeskripsikan karakteristik dan perilaku atau aktivitas aktual yang dikerjakan organisasi. 2) Teori *stakeholder* instrumental, yaitu memahami cara mencapai tujuan organisasi, yaitu keterkaitan antara strategi manajemen *stakeholder* dan pencapaian tujuan organisasi seperti meningkatkan keuntungan, menghindari tuntutan hukum, dan mencapai pertumbuhan. 3) teori

stakeholder normatif, yaitu untuk merancang suatu regulasi tata cara membangun relasi yang didasarkan landasan etis dan prinsip filosofis organisasi, seperti mengembangkan tanggung jawab sosial organisasi.

Teori *stakeholder* secara eksplisit mempertimbangkan akan dampak kebijakan pengungkapan perusahaan ketika ada perbedaan kelompok *stakeholders* dalam sebuah perusahaan. Pengungkapan informasi oleh perusahaan dijadikan alat manajemen untuk mengelola kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh berbagai kelompok (*stakeholders*).

Teori *stakeholder* berkaitan dengan *leverage*, karena dimana perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi kepada para *stakeholdernya* untuk menghilangkan keraguan dan menimbulkan kepercayaan akan kemampuan perusahaan karena keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut.

2. Teori legitimasi (*legitimacy theory*)

Menurut (Belal 2016:14) menjelaskan bahwa teori legitimasi indikasi suatu perusahaan berusaha untuk mensahkan kegiatan mereka dengan cara ikut serta dalam laporan CSR agar mendapatkan persetujuan dari masyarakat dalam mendukung kelangsungan keberadaan perusahaan dan juga sebagai lisensi untuk beroperasi.

Dengan demikian, perusahaan berusaha memenuhi norma sosial yang berlaku di lingkungan sosial, dengan melakukan dan melaporkan CSRnya, agar menjadi perusahaan yang legitimate. Dalam kaitannya dengan penelitian

ini, teori legimate dapat di jadikan sebagai perspektif dimana upaya perusahaan hingga sejauh ini, dari banyaknya indikator-indikator perusahaan yang dapat dipenuhi dalam melaksanakan tanggungjawab sosialnya dan sejauh mana hubungan antara perusahaan dengan masyarakat, upaya tersebut dilakukan oleh perusahaan untuk memposisikan dirinya pada masyarakat sehingga dapat sejalan dengan harapan legitimasi atau norma yang ada pada suatu masyarakat tertentu.

Sedangkan menurut (Yusuf 2017:37-38) teori legitimasi adalah teori yang menyatakan bahwa CSR merupakan jawaban terhadap tekanan lingkungan sekitar yang berkaitan dengan sosial, kekuatan politik, dan ekonomi. Menurut teori legitimasi, salah satu cara agar perusahaan diterima oleh masyarakat ialah dengan melakukan pengungkapan aktivitas sosial. Pengungkapan aktivitas sosial perusahaan dapat dilakukan dalam bentuk CSR yaitu kegiatan yang memperhatikan lingkungan sosial dengan sebaik-baiknya agar setiap aktivitas perusahaan mendapat dukungan dari masyarakat setempat. Apabila perusahaan didalam menjalankan kegiatan operasinya terdapat ketidaksielarasan dengan nilai pada masyarakat setempat, maka akan menghambat kelangsungan hidup dari perusahaan itu sendiri.

Perusahaan juga menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggungjawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat

meningkatkan laba perusahaan. Hal tersebut dapat mendorong atau membantu investor dalam melakukan pengambilan investasi.

Teori legitimasi berkaitan dengan kinerja lingkungan suatu perusahaan. Teori legitimasi mengharuskan organisasi perusahaan menunjukkan suatu aktivitas yang stabil dalam menjaga nilai sosial dan masyarakat. Perusahaan yang memiliki kontribusi lebih pada kinerja lingkungan perlu diikuti dengan CSR *disclosure* yang luas dibanding perusahaan dengan kinerja lingkungan yang buruk. Teori legitimasi yang menjelaskan hubungan perusahaan dengan masyarakat menyatakan bahwa masyarakat akan mengapresiasi perusahaan yang memiliki kepedulian lingkungan dan sosial.

3. Teori Keagenan (*Agency theory*)

Teori keagenan mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer sebagai agen dan pemilik (pemegang saham) sebagai principal. Asimetri informasi muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang pemegang saham (*stakeholder*) lainnya.

Teori keagenan menurut Ramadona (2016) adalah teori yang berhubungan dengan perjanjian antara anggota perusahaan. teori ini menerangkan tentang pemantauan bermacam-macam jenis biaya dan memaksakan hubungan antara kelompok tersebut. Manajemen akan berusaha memaksimalkan kesejahteraan untuk dirinya sendiri dengan cara

meminimalkan berbagai biaya keagenan, hal tersebut merupakan salah satu hipotesis dalam *agency theory*.

Teori keagenan merupakan korelasi antara keagenan sebagai sebuah perjanjian dimana pemilik mempekerjakan orang atau manajer yang lain untuk mengelola kegiatan dalam perusahaan. principal adalah seorang pemilik saham atau disebut dengan seorang investor, dan agen adalah seorang manajer yang menjalankan fungsi manajer dalam perusahaan. pokok dari korelasi keagenan yakni adanya diferensiasi fungsi antara investor dan di pihak manajemen (Ramadona, 2016)

Menurut (Suoriyono, 2018:63) berperilaku teori agensi (keagenan) merupakan konsep yang menjelaskan hubungan antara principal (pemberi kontrak) dan agen (penerima kontrak), principal kontrak agen untuk bekerja demi tujuan yang dimiliki sehingga agen di beri kewenangan dalam pembuatan keputusan. Teori agensi memiliki hubungan dengan perantara laba (*income smooting*), menjelaskan bahwa antara agen dan principal sering memiliki perbedaan kepentingan.

Berdasarkan teori agensi tersebut, manajer berusaha memenuhi kepentingan principal agar merasa puas dan apabila perusahaan yang dipilih untuk berinvestasi mengungkapkan tanggung jawab sosial maka akan meningkatkan kepercayaan bagi perusahaan.

Teori keagenan berkaitan dengan dewan komisaris. Berkaitan dengan teori keagenan, dengan melaporkan laporan keuangan yang lebih lengkap

maka setidaknya manajemen dapat mengurangi masalah keagenan yang rawan muncul dalam hubungan manajer-pemegang saham.

4. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab Sosial Perusahaan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan secara sukarela untuk meningkatkan perhatiannya terhadap masalah lingkungan dan sosial dalam kegiatan bisnisnya dan sebagai bentuk interaksi perusahaan dengan para stakeholdernya. CSR juga dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja bersama para karyawan perusahaan keluarga, keluarga karyawan, dan masyarakat sekitar untuk meningkatkan kualitas kehidupan (Sunaryo dan Mahfud, 2016).

Definisi *Corporate Social Responsibility* lainnya kemudian dikemukakan oleh (Mardikanto, 2018:86): “*Corporate Social Responsibility* adalah sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat”.

Sedangkan menurut (Oktarani dan Mimba 2014), *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu dari bagian *annual report* perusahaan yang di dalamnya memuat informasi tentang program dan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memberikan pertanggungjawaban sosial kepada lingkungan sekitar perusahaan akibat dari dampak negative yang ditimbulkan perusahaan. *Corporate Social*

Responsibility merupakan konsep tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan/atau pihak yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan.

Dengan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan tidak lagi bertanggungjawab yang hanya single bottom line saja, tetapi triple bottom lines (Mandalika dan Salim, 2015), Ada 3 elemen penting CSR dalam konsep ini, yaitu :

- a. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap profit, yaitu untuk meningkatkan pendapatan perusahaan
- b. Perusahaan memiliki tanggungjawab terhadap people, yaitu untuk memberikan kesejahteraan bagi karyawan dan masyarakat.
- c. Perusahaan memiliki tanggungjawab terhadap planet, yaitu untuk menjaga kelestarian alam tempat perusahaan beroperasi.

Pengungkapan CSR memiliki hubungan yang erat dengan para investor. Ketika berada di pasar modal, investor cenderung membutuhkan informasi mengenai perusahaan. informasi tersebut tentang tata kelola perusahaan laba usaha yang dihasilkan laporan posisi keuangan dan lainnya. Informasi demikian sangat penting untuk investor dalam melihat prospek keberlangsungan bisnis serta presentase return saham yang akan diterima.

5. Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Perusahaan memberikan perhatian terhadap

lingkungan sebagai wujud tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan. Di Indonesia, Kementerian Lingkungan Hidup telah menetapkan PROPER sebagai alat untuk memeringkat kinerja lingkungan perusahaan yang ada di Indonesia. Selain itu, perusahaan merasa penting untuk mendapatkan penghargaan di bidang lingkungan, (Hadi, 2018).

Sejak tahun 1995, Kementerian Lingkungan Hidup telah melaksanakan Program Penilaian Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan Lingkungan (PROPER) sebagai upaya untuk memantau kinerja tanggung jawab lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Penilaian dilakukan oleh pejabat di Kementerian Lingkungan Hidup melalui kegiatan swapantau, evaluasi laporan pelaksanaan kinerja tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan. Proses penilaian dilakukan dengan cara membandingkan kondisi dengan penilaian kriteria yang telah ditetapkan.

Kinerja lingkungan dipengaruhi oleh seberapa besar motivasi perusahaan untuk melakukan pengelolaan lingkungan sehingga akan berdampak pada pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Semakin baik kinerja lingkungan perusahaan dan memberikan kontribusi positif terhadap lingkungannya, maka semakin besar pula pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan. teori *stakeholder* menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat.

6. *Leverage*

Rasio *Leverage* adalah alat-alat ukur perusahaan untuk melihat apakah sudah memenuhi kewajibannya atau belum dalam jangka panjang atau pun pendek. Menurut (Sujarweni, 2017) dalam penelitiannya mengatakan bahwa sumber daya seperti piutang, aktiva dan modal menentukan seberapa efektif perusahaan tersebut. Menurut (Sujarwani, 2017) pada penelitiannya mengatakan bahwa diperlukan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang berfungsi sebagai tolak ukur dalam membandingkan hutang dengan ekuitas dalam suatu perusahaan.

Leverage digunakan untuk menyebutkan derajat pengguna hutang, ataupun untuk meyakini struktur modal suatu perusahaan. *Leverage* merupakan bagian atau porsi biaya tetap yang menunjukkan risiko perusahaan. sehubungan *leverage* menjadi indikator risiko, maka *leverage* terbagi dua, yakni : (1) *operating leverage*, merupakan ukuran bagi risiko operasi (*operating risk* atau *bussines risk*) yang dapat diketahui dari biaya tetap untuk kegiatan operasi (*fixed operating cost*) dan dapat dilihat melalui laporan laba/rugi. (2) *Financial Leverage*, merupakan ukuran bagi risiko keuangan, dan dapat diketahui dari biaya tetap atas dan hutang (*fixed financial charges*) yang digunakan *Financial Leverage* tinggi akan menyebabkan *Financial Risk* juga tinggi sehingga biaya modal juga akan tinggi. *Financial leverage* mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban yang ditunjukkan oleh beberapa bagian modal sendiri yang digunakan untuk membayar hutang .

semakin besar proporsi hutang maka semakin besar *financial leverage*. Apabila perusahaan menggunakan hutang semakin besar banyak maka beban tetap berupa bunga hutang yang di tanggung juga semakin besar. Besar kecilnya hutang akan mempengaruhi besar kecilnya pendapatan bersih yang akan diterima perusahaan.

7. Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah organ peseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada dewan direksi. Dewan komisaris melakukan pengawasan atas kebijakan pengurus pada umumnya, baik mengenai perseroan maupun usaha perseroan dan memberi nasihat kepada direksi pengawasan tersebut dilakukan untuk kepentingan perseroan dan sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan, pengawasan dan pemberian nasehat yang dilakukan dewan komisaris tidak untuk kepentingan pihak atau golongan tertentu tetapi untuk kepentingan perseroan secara menyeluruh (Pradyani & Sisdyani, 2015).

Dewan komisaris bertugas melaksanakan pengawasan terhadap kebijakan pengurus, jalannya pengurusan pada umumnya baik mengenai Perseroan maupun usaha Perseroan yang dilakukan oleh Direksi, serta memberikan nasihat kepada Direksi termasuk pengawasan terhadap pelaksanaan Rencana Jangka Panjang Perusahaan, Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan serta ketentuan Anggaran Dasar dan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham, serta peraturan perundang undangan yang

berlaku, untuk kepentingan Perseroan sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan

B. Penelitian Terdahulu

a. Tabel 2.1

Penelitian terdahulu yang relevan (Pengaruh Kinerja Lingkungan, *Leverage*, dan Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility*)

No	Peneliti	Variabel	Hasil
Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>			
1.	(Damanik dan Yadnyana, 2017)	Kinerja Lingkungan (X) CSR (Y)	Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap CSR
2.	(Syaiful, 2016)	Kinerja Lingkungan (X) CSR (Y)	Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap CSR.
3	(Rakhiemah dan Agustia, 2015)	Kinerja Lingkungan (X) CSR (Y)	Hubungan signifikan antara Kinerja Lingkungan dan CSR
4..	(Agustami & Hidayat, 2015)	Kinerja Lingkungan (X) CSR (Y)	Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap CSR
Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>			
1.	(Wahyuningsih, Ana dan Mahdar, Nera Malinda, 2018)	<i>Leverage</i> (X) CSR (Y)	<i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap CSR

Bersambung pada halaman selanjutnya

Tabel 2.1 (lanjutan)

No	Peneliti	Variabel	Hasil
2.	(Istifaroh dan Subardjo, 2017)	<i>Leverage</i> (X) CSR (Y)	<i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap CSR
3.	(Bagus et al., 2015)	<i>Leverage</i> (X) CSR (Y)	<i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap CSR
4.	(Ramdhaningsih, 2013)	<i>Leverage</i> (X) CSR (Y)	<i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap CSR
Pengaruh Dewan Komisaris terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>			
1.	(Rivandi dan Putri, 2019)	Dewan Komisaris (X) CSR (Y)	Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
2.	(Fauzyah dan Rachmawati, 2018)	Dewan Komisaris (X) CSR (Y)	Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
3.	(Dewi, dkk, 2018)	Dewan Komisaris (X) CSR (Y)	Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
4.	(Pradnyani dan Sisdyani, 2015)	Dewan Komisaris terhadap CSR	Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

C. Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Kinerja Lingkungan merupakan upaya perusahaan dalam rangka membuktikan kepada masyarakat bahwa perusahaan bertujuan untuk menciptakan suatu lingkungan yang baik. Berdasarkan ISO 14001, Kinerja Lingkungan adalah mengenai seberapa baik organisasi mengelola aspek lingkungan dari aktivitas produk dan jasanya dan dampaknya terhadap lingkungan. Di Indonesia, kinerja lingkungan dapat diukur dengan PROPER (Program Peningkatan Kinerja dalam Pengelolaan Lingkungan).

Perusahaan yang mengikuti program PROPER, akan cenderung melaksanakan pengungkapan CSR. Terlebih perusahaan yang memiliki peringkat PROPER yang lebih baik, mereka akan melakukan pengungkapan CSR secara luas dan lengkap. Dengan luas serta lengkapnya pelaksanaan CSR akan membuat harga saham suatu perusahaan meningkat, dikarenakan kredibilitas perusahaan juga akan meningkat. Melakukan kinerja lingkungan merupakan salah satu cara perusahaan untuk menarik perhatian para pemangku kepentingan selain dengan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Kinerja lingkungan dapat mengurangi dampak dari kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan sebagai wujud perhatian perusahaan

kepada lingkungan dan masyarakat, serta sebagai upaya menciptakan perusahaan yang berkelanjutan.

Kinerja lingkungan dipengaruhi oleh seberapa besar motivasi perusahaan untuk melakukan pengelolaan lingkungan sehingga akan berdampak pada pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Semakin baik kinerja lingkungan perusahaan dan memberikan kontribusi positif terhadap lingkungannya maka semakin besar pula pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan. Teori *stakeholders* menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat.

Dari hasil penelitian terdahulu yang ditemukan dalam penelitian (Damanik & Yadnyana 2017), (Agustami & Hidayat 2015), (Syaiful 2016), dan (Rakhiemah dan Agustia 2015) memberikan bukti empiris bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap CSR. Dari kerangka pemikiran tersebut, maka dapat diketahui beberapa hipotesis yang secara signifikan berpengaruh terhadap CSR.

2. Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Rasio *leverage* dapat menunjukkan risiko keuangan karena dapat memberi gambaran mengenai struktur modal serta risiko tak tertagih pada kewajiban perusahaan. Semakin tinggi laba usaha yang dilaporkan maka akan semakin tinggi risiko keuangan perusahaan. Untuk

mengurangi risiko keuangan akibat pelaporan laba yang tinggi, perusahaan dapat melakukan pengungkapan CSR. Rasio *leverage* yang tinggi mampu mendorong perusahaan untuk melakukan CSR dikarenakan adanya tekanan dari pihak bank, kreditur, serta para pemangku kepentingan.

Rasio *leverage* yang tinggi dapat membuat pemangku kepentingan kehilangan minatnya terhadap perusahaan. perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan melakukan pengungkapan lebih luas, baik itu dalam hal informasi maupun CSR untuk menjaga kepercayaan para pemangku kepentingan. Perusahaan yang tingkat rasio *leverage* yang rendah lebih memudahkan perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR karena rendahnya keterikatan perjanjian perusahaan terhadap utang. Serta rendahnya rasio *leverage* lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari pemangku kepentingan, hal ini dikarenakan rendahnya rasio *leverage* yang dimiliki perusahaan terhadap ketergantungan utang dari bank maupun kreditur.

Beragam pendapat yang di kemukakan oleh para ahli, seperti pendapat dari (Bagus et al. 2015), (Istifaroh dan Subardjo 2017), (Bimaswara et al. 2018) mereka berpendapat bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan pendapat (Ramdhaningsih 2013) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. . Dari kerangka pemikiran tersebut, maka dapat diketahui beberapa hipotesis yang secara signifikan berpengaruh terhadap CSR

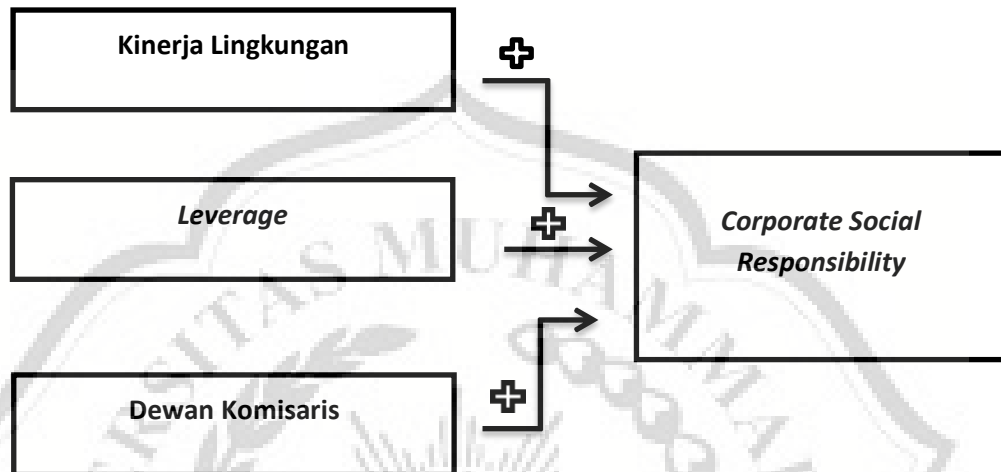
3. Pengaruh Dewan Komisari terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Dewan komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasehat kepada dewan direksi. Dewan komisaris melakukan pengawasan atas kebijakan pengurus pada umumnya, baik mengenai perseroan maupun usaha perseroan dan memberi nasehat kepada direksi. Pengawasan tersebut dilakukan untuk kepentingan perseroan dan sesuai dengan maksud dan tujuan persero, pengawasan dan pemberian nasehat yang dilakukan oleh dewan komisaris tidak untuk kepentingan pihak atau golongan tertentu tetapi untuk kepentingan perseroan secara menyeluruh (Pradnyani & Sisdyani, 2015).

Dari hasil penelitian terdahulu yang ditemukan dalam penelitian (Rivandi dan Putri, 2019), (Suprasto & Haryanti, 2019), (Dewi dkk, 2018), (Pradnyani & Sisdyani, 2015), dan (Fauzyah & Rachmawati, 2018) memberikan bukti empiris bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap CSR.

Kerangka pemikiran dalam penelitian dapat digambarkan dalam kerangka gambar teoritis 2.1, sebagai berikut :

Gambar 2.1



D. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Beberapa penelitian menunjukkan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap CSR. Menurut (Rakhiemah dan Agustia 2015) memberikan bukti empiris bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap CSR. Berdasarkan teori legitimasi pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi, perusahaan cenderung menggunakan kerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat.

Teori legitimitas mengharuskan organisasi perusahaan menunjukkan suatu aktivitas yang stabil dalam menjaga nilai sosial dan masyarakat. Perusahaan yang memiliki kontribusi lebih pada kinerja lingkungan perlu diikuti dengan *CSR disclosure* yang luas dibanding perusahaan dengan kinerja lingkungan yang buruk. Teori legitimitas yang menjelaskan hubungan perusahaan dengan masyarakat menyatakan bahwa masyarakat akan mengapresiasi perusahaan yang memiliki kepedulian lingkungan dan sosial. Keikutsertaan perusahaan pada PROPER dan adanya CSR, menjadi komitmen perusahaan untuk membuktikan kepada masyarakat terkait keamanan aktivitas operasional mereka. Relevan dengan teori stakeholder bahwasanya perusahaan harus memperbaiki hubungan dengan para *stakeholders* untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan melalui perolehan pendanaan dari pemangku kepentingan (Sukasih dan Sugiyanto, 2017). Hasil penelitian (Agustami dan Hidayat 2015), (Asmeri dkk 2017) dan (Astuti dkk. 2014) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap CSR.

Berdasarkan pada penelitian tersebut maka hipotesis yang bisa diajukan :

H1 : Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

2. Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Tingkat *Leverage* adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajiban kepada pihak lain. Perusahaan harus menjelaskan kepada investor, kreditur ataupun pihak berkepentingan lainnya mengenai kemampuan mereka untuk membayar hutang dan dampak pinjaman tersebut dalam kegiatan perusahaan.

Menurut (Widayuni, 2014) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial, akan diikuti pengeluaran untuk pengungkapan yang dapat menurunkan pendapatan. Artinya, *Leverage* memberikan sinyal yang buruk bagi para *stakeholder*. Para *stakeholder* perusahaan, akan lebih percaya dan memilih untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan-perusahaan yang memiliki komisi keuangan yang sehat dan baik. Oleh karena itu, manajer perusahaan harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya-biaya untuk mengungkapkan laporan sosial dan lingkungan) agar kinerja keuangannya menjadi bagus.

Perusahaan dengan rasio *leverage* tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling 1976). Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Istifaroh dan Subardjo 2017) menyatakan adanya pengaruh positif antara *Leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pernyataan tersebut dapat disangkutkan dengan teori *stakeholder*, dimana perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan

mengungkapkan lebih banyak informasi kepada para stakeholdernya untuk menghilangkan keraguan dan menimbulkan kepercayaan akan kemampuan perusahaan karena keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang bisa diajukan :

H2 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

3. Pengaruh Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Dewan Komisaris dalam urutan manajemen merupakan tingkat tertinggi setelah pemegang saham. Dewan Komisaris bertugas dan bertanggungjawab untuk melaksanakan pengawasan dan memberikan nasihat kepada dewan direksi serta memastikan bahwa perusahaan telah melaksanakan GCG sesuai dengan aturan yang berlaku sehingga pengungkapan CSR akan tinggi.

Teori agensi telah digunakan secara luas dalam penelitian tentang dewan komisaris karena perusahaan yang memiliki manajemen dengan tugas yang besar akan membutuhkan dewan komisaris yang lebih banyak untuk mengawasi kegiatan manajemen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dewan komisaris yang berperan sebagai pihak intern yang mengawasi manajemen akan memberikan tekanan yang semakin besar

dalam melakukan kegiatan CSR. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka semakin besar tekanan untuk melakukan kegiatan sosial, maka pengungkapannya akan semakin luas.

Berkaitan dengan teori keagenan, dengan melaporkan laporan keuangan yang lebih lengkap maka setidaknya manajemen dapat mengurangi masalah keagenan yang rawan muncul dalam hubungan manajer-pemegang saham. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dewan komisaris dapat mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Seperti dalam penelitian (Fauzyah & Rachmawati, 2018) memberikan bukti empiris bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap CSR.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis yang bisa diajukan berikut :

H3 : Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.