

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Untuk dapat memahami pengertian mengenai teori yang akan digunakan dalam skripsi ini, maka dalam bab ini akan menguraikan tentang teori-teori utama yang terkait, serta juga teori mengenai *corporate social responsibility*:

1. *Stakeholder Theory*

Konsep tentang tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak tahun 1970an dan secara umum dikenal dengan *stakeholder theory*. Teori *stakeholder* pertama kali digagas oleh R. Edward Freeman pada (1984), Menurut Freeman *stakeholder* didefinisikan sebagai sebuah organisasi, grup atau individu yang dapat dipengaruhi dan mempengaruhi tujuan organisasi tersebut (Lindawati & Puspita, 2015).

Teori *stakeholder* adalah teori yang menyebutkan bahwa perusahaan bukan sebuah entitas yang hanya melaksanakan kegiatan operasional untuk kepentingannya sendiri, namun harus bermanfaat untuk para *stakeholder*-nya dan memiliki kewajiban untuk mempertimbangkan dan memperhatikan kebutuhan para *stakeholder*. Teori *Stakeholder (Stakeholder Theory)* Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggungjawab terhadap para pemilik saham (*shareholder*), tetapi perusahaan juga bertanggungjawab pada masyarakat luas, yang selanjutnya di sebut sebagai tanggung jawab sosial (*social responsibility*) (Indriyani & Yuliandhari, 2020).

Stakeholder Theory menyatakan bahwa perusahaan memiliki salah satu tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder*, dengan melakukan

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR perusahaan seharusnya melampaui target dan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stockholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham saja, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang memiliki keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan (Untung, 2008). Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi para stakeholdernya (Santoso dkk., 2017).

Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas. Alasan yang mendasari adalah perusahaan yang tinggi debt rasionya akan lebih mengungkapkan secara luas untuk memenuhi kebutuhan informasi para krediturnya. Pernyataan tersebut dapat disangkutkan dengan *stakeholder theory*, 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.

Stakeholder Theory menyatakan bahwa kepemilikan saham publik memiliki peran untuk mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan aktivitas *corporate social responsibility* sedangkan perusahaan akan berusaha memenuhi segala kebutuhan para *stakeholder*

termasuk kebutuhan informasi pengungkapan kegiatan sosial perusahaan (Pramesti & Budiasih, 2020).

Stakeholder Theory juga dapat menjelaskan keterkaitan antara pertumbuhan perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* Indraswari & Mimba, (2017). Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu indikator yang menunjukkan kinerja perusahaan. Seberapa baik kinerja perusahaan, maka mengindikasikan rasio pertumbuhan perusahaan. Kegiatan ekonomi yang terjamin menjadi suatu harapan *stakeholders*, perusahaan tentu meningkatkan aktivitas sosial lingkungan dengan melakukan pengungkapan lebih banyak. Hal tersebut perusahaan mampu menghadapi persaingan dan respon positif *stakeholders* dan pemangku kepentingan lainnya sesuai dengan pertumbuhan perusahaan.

2. *Legitimacy Theory*

Teori legitimasi menjelaskan hubungan perusahaan dengan masyarakat. (Dowling & Pfeffer, 1975) menyatakan “Legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan” (Ghozali, 2013). Teori legitimasi berpandangan adanya “kontrak sosial” antara perusahaan dengan lingkungan tempat perusahaan tersebut beroperasi. Kontrak sosial terjadi karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat agar tercipta suatu keselarasan, keserasian,

serta keseimbangan, salah satunya adalah lingkungan. Adanya kontrak sosial dapat menyeimbangkan antara kedua belah pihak menimbulkan kesepakatan saling melindungi kepentingan individu. Legitimasi adalah suatu keadaan psikologi keberpihakan seseorang atau sekelompok orang yang sangat peka terhadap gejala yang terjadi dilingkungan sekitar baik secara fisik maupun non-fisik (Irhami & Diana, 2020).

Teori legitimasi memiliki pengaruh tentang hubungan ukuran perusahaan dan pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini (Cowen et al., 1987). Ukuran perusahaan juga merupakan pengaruh yang penting dalam praktik CSR dan berperan seperti barometer yang menjelaskan mengapa perusahaan terlibat dalam praktik CSR. Selain itu, juga dinyatakan bahwa CSR hanya akan tampak berbeda apabila konsep CSR terintegrasi dengan prinsip dan praktik perusahaan dan meningkatkan kemajuan pelaksanaan CSR (Pramesti & Budiasih, 2020).

3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut (Untung, 2008) *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan

tanggung jawab sosial perusahaan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan. Kompleksitas permasalahan sosial yang semakin rumit dalam implementasi desentralisasi telah menepatkan CSR sebagai suatu konsep yang diharapkan mampu memberikan alternatif terobosan baru dalam pemberdayaan masyarakat miskin.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah aktivitas yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan (karyawan, konsumen, komunitas, lingkungan dan pemegang saham) dalam aspek operasional perusahaan yang diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan (Dewi dan Sari, 2019). Menurut Kotler dan Nancy (2005) berpendapat bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan beberapa sumber daya perusahaan. Sedangkan menurut *World Business Council for Sustainable Development* mengemukakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas sosial dan masyarakat luas pada umumnya.

Upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis meminimumkan dampak negatif dan memaksimumkan dampak positif operasinya terhadap seluruh

pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Jadi, secara garis besar *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat di luar tanggung jawab ekonomisnya, kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi tujuan sosial dengan tidak memperhitungkan untung atau rugi ekonomisnya. Sedangkan menurut (Suwandi 2017) beragam cara pandang mengenai makna tanggung jawab sosial bagi perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Hanya menghasilkan keuntungan (Friedman).
- b. Lebih dari sekedar mencari keuntungan (Davis dan Backman).
- c. Lebih dari sekedar memenuhi persyaratan ekonomi dan hukum (Mc Guire).
- d. Aktivitas ekonomi, hukum dan suka rela (Steiner).
- e. Lingkaran konsentrik dan lebih luas (Committee for Economic Development (CED), Davis dan Blomstrom).
- f. Perhatian terhadap pengungkapan sosial yang lebih luas (Eells dan Walton).
- g. Tanggung jawab dalam mengatasi persoalan sosial di berbagai bidang (Hay, Gray dan Gates) serta
- h. Menyediakan cara untuk memenuhi tanggung jawab sosial (Ackerman, Bauer dan Sethi)

Pelaksanaan kegiatan CSR oleh perusahaan di Indonesia memiliki beberapa landasan hukum, diantaranya yaitu (1) Undang-Undang (UU) No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, (2) Peraturan Pemerintah (PP) No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, (3) Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, (4) Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, dan (5) Undang-Undang No. 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi. UU No. 40 Tahun 2007 dan UU No. 22 Tahun 2001 mewajibkan perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pengungkapan pelaksanaan CSR perusahaan secara jelas diamanatkan dalam pasal 6 PP 47/2012 bahwa pelaksanaan CSR dimuat dalam laporan tahunan perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Demikian juga dalam pasal 68 UU 32/2009 menyatakan bahwa setiap orang yang melakukan usaha dan/atau kegiatan memberikan informasi yang terkait dengan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup secara benar, akurat, terbuka, dan tepat waktu. Dengan demikian, dasar hukum untuk pelaksanaan maupun pengungkapan CSR bagi perusahaan di Indonesia telah cukup memadai.

4. Ukuran Perusahaan

Secara Umum ukuran perusahaan, adalah skala atau ukuran yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan dilihat dari sejumlah ketentuan

diantaranya meliputi jumlah keseluruhan modal, pendapatan, penjualan, saham, nilai pasar, *log size*, jumlah keseluruhan aktiva dan lain sebagainya. Menurut pernyataan yang dilakukan oleh Sembiring (2005) ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan CSR daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil. Ukuran perusahaan merupakan ukuran mengenai besar kecilnya suatu perusahaan. Secara umum sebuah perusahaan besar tidak terlepas dari tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial sehingga akan mengungkapkan informasi lebih banyak dan lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil (Pramesti & Budiasih, 2020).

Menurut Ahmad (2014) Ukuran perusahaan dapat digunakan untuk mewakili karakteristik keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan (*firm size*) dapat diartikan sebagai besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari nilai *equity*, nilai perusahaan ataupun hasil nilai aktiva dari suatu perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang besar lebih banyak mendapat sorotan dari publik. Maka dari itu, perusahaan yang besar cenderung lebih banyak mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas sebagai upaya untuk menjaga legitimasi perusahaan. Legitimasi perusahaan dapat diwujudkan melalui pengungkapan *sustainability report*. *Sustainability report* akan mengungkapkan bagaimana tanggung jawab perusahaan atas aktivitas yang telah dilakukan (Sriayu dan Mimba, 2013).

5. Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan (*company growth*) adalah peningkatan atau penurunan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dihitung sebagai persentase perubahan aset pada tahun tertentu terhadap tahun sebelumnya (Purnomo dkk., 2021). Menurut Brigham dan Houston (2009) pertumbuhan perusahaan adalah perubahan (peningkatan atau penurunan) total pendapatan yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dalam *pecking order theory* memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pendanaan. Dalam hal ini, perusahaan dengan tingkat pertumbuhan perusahaan yang cepat harus lebih banyak mengandalkan pada dana eksternal. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka semakin besar kebutuhan dana untuk pembiayaan ekspansi. Pernyataan tersebut didukung oleh yang berpendapat bahwa pertumbuhan perusahaan pada dasarnya menggambarkan bagaimana perusahaan menginvestasikan dana yang ia miliki untuk kegiatan operasi dan investasi. Peningkatan jumlah aset, baik aset lancar maupun aset jangka panjang membutuhkan dana, dengan alternatif pendanaan internal atau dengan pendanaan eksternal (Isnaeni dkk., 2020).

Pertumbuhan perusahaan (*company growth*) merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya, dimana pertumbuhan dapat menunjukkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan yang diharapkan oleh para *stakeholders* akan memberikan laba yang tinggi atau laba yang persisten di masa depan. Perusahaan yang memiliki tingkat

pertumbuhan (*growth*) yang tinggi menjadi sebuah sinyal yang baik bagi *stakeholder* sehingga akan lebih mudah untuk menarik modal dari para investor. Apabila perusahaan terus bertumbuh maka akan menarik respon positif dari investor lebih besar. Rasio pertumbuhan perusahaan menunjukkan seberapa baik kinerja perusahaan dalam kegiatan perekonomian (Wartyna & Apriwenni, 2018).

Pertumbuhan perusahaan merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang dapat diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan, diharapkan laba lebih persisten, sehingga investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Indraswari & Mimba, 2017).

6. *Leverage*

Secara umum *leverage* adalah sebuah tingkat kemampuan dari perusahaan dalam penggunaan aktiva yang mempunyai beban secara tetap (hutang serta saham istimewa) dalam rangka untuk mewujudkan sebuah tujuan dari perusahaan untuk dapat memaksimalkan nilai kekayaan pemilik dari perusahaan. *Leverage* dapat juga diartikan sebagai suatu penggunaan

aktiva dengan kata lain dana dengan tujuan untuk menggunakan dana tersebut apabila perusahaan harus menutupi semua biaya tetap dan beban tetap.

Leverage menjelaskan seberapa besar rasio antara total kewajiban dengan total modal perusahaan. *Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar rasio antara total kewajiban dengan total modal perusahaan. Semakin tinggi rasio *leverage* maka semakin besar pula kewajiban perusahaan untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang. Salah satu caranya adalah dengan menyediakan informasi secara lebih lengkap untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka. Pentingnya tambahan informasi khususnya pengungkapan mengenai kegiatan tanggung jawab sosial (CSR) yang menunjukkan bahwa entitas memiliki peluang untuk tetap bertahan (*going concern*) (Wartyna & Apriwenni, 2018).

7. Kepemilikan Saham Publik

Kepemilikan saham publik (*public shareholding*) adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat terhadap saham perusahaan. Pengertian sosial disini adalah pihak pemegang saham institusi yang memiliki saham dibawah 5% (<5%) yang berada di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Kepemilikan publik ialah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pemegang saham dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan finansial (Purnomo dkk., 2021). Selain itu juga semakin besar saham yang dimiliki oleh publik,

akan semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan, investor ingin memperoleh informasi seluas-luasnya tentang tempat berinvestasi serta dapat mengawasi kegiatan manajemen, sehingga kepentingan dalam perusahaan terpenuhi (Pramesti & Budiasih, 2020).

Menurut (Rahman dkk., 2014) Kepemilikan saham publik adalah presentase saham yang ditawarkan kepada perusahaan saat IPO (*initial public offering*) yang dilakukan manajemen dengan tujuan untuk menawarkan investasi kepada publik. Dengan melakukan IPO, menunjukkan bahwa pengaruh *private information* yang harus di-sharingkan manajer kepada publik. Besarnya presentase saham yang ditawarkan ke publik biasanya memberi pengaruh kepada jumlah informasi yang akan di sharing kepada publik. Semakin tinggi presentase saham yang ditawarkan kepada perusahaan maka semakin besar pula informasi yang harus di-sharingkan manajer kepada publik.

Perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh publik akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih besar daripada perusahaan yang sahamnya tidak dikuasai oleh publik. Perusahaan yang sudah lama berdiri akan memiliki tanggung jawab sosial yang semakin besar, karena semakin tingginya kepercayaan investor dan masyarakat luas. Akibatnya, perusahaan harus memberikan informasi yang seluasluasnya kepada investor dan masyarakat luas, tidak hanya berupa laporan keuangan tetapi juga berupa pengungkapan *corporate social responsibility* (Rahayu & Anisyukurlillah, 2015).

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Terkait dengan penelitian yang akan dilakukan, maka memacu dengan penelitian terdahulu, khususnya yang berkaitan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah:

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
1	Indriyani & Yuliandhari, (2020) Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi Volume 6 No. 1	Pengaruh <i>Profitabilitas</i> , Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel independen: 1. Ukuran Perusahaan Variabel dependen 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
2	Ruroh & Latifah, (2018) Jurnal Akademi Akuntansi 2018 Volume. 1 No. 1	Pengaruh <i>Profitabilitas</i> , <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan dan <i>Risk Minimization</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel Independen: 1. <i>Leverage</i> 2. Ukuran Perusahaan Variabel dependen 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Ruroh & Latifah, 2018)
3	Widiastuti dkk., (2018) Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 3(2, 107-117	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, <i>Growth</i> , dan <i>Media Exposure</i> terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di bursa	Variabel independent: 1. Ukuran perusahaan 2. <i>Growth</i> Variabel dependen: 1. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan	Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa: 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan 2. <i>Growth</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
		efek indonesia tahun 2014-2015)		tanggung jawab sosial perusahaan
4	Ruslim et al., (2017) <i>International Journal of Advanced Engineering and Management Research Vol. 2 Issue 4, 2017</i>	<i>The influence of company size, profitability, leverage, and foreign ownership on corporate social responsibility disclosure among manufacturing</i>	<i>Variabel independent:</i> 1. Size, 2. Leverage 3. Foreign ownership <i>variabel dependent:</i> 1. corporate social responsibility disclosure	Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa: 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
5	Indraswari & Mimba, (2017) E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.20.2	Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Kapitalisasi Pasar dan Kepemilikan Saham Publik pada Tingkat Pengungkapan CSR	Variabel independent: 1. Pertumbuhan perusahaan 2. Kepemilikan saham publik Variabel dependen: 1. Pengungkapan corporate social responsibility	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan 2. Kepemilikan saham publik berpengaruh positif pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
6	Swandari & Sadikin, (2016) <i>Binus Business Review, Vol. 7 No. 3</i>	<i>The effect of ownership structure, profitability, leverage, and firm size on Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	<i>Variable independent:</i> 1. Leverage 2. firm size <i>Variabel dependent:</i> 1. Corporate social responsibility	Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa: 1. Leverage juga mempengaruhi CSR dengan arah sosial 2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR perusahaan.
7	Wardhani et al., (2019) <i>Journal of Accounting, Entrepreneurship, and</i>	<i>The Effect Of Company Size, Profitability, Leverage, And Management Ownership Towards The Level</i>	<i>Variable independent:</i> 1. Company size 2. Leverage <i>Variabel dependent:</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan CSR

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
	<i>Financial Technology Vol 1. No 1.</i>	<i>Of Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure</i>	<i>1. corporate social responsibility (csr) disclosure</i>	
8	Permatasari & Widyawati, (2019) <i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi: Volume 8, Nomor 1</i>	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility	Variabel Independen: 1. Ukuran perusahaan 2. Kepemilikan saham publik Variabel Dependen: 1. Pengungkapan corporate social responsibility	Hasil Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa: 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility 2. Kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility.
9	Yanti dkk., (2021) <i>Jurnal Kharisma Vol. 3 No. 1</i>	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility	Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. Leverage Variabel Dependen: 1. Pengungkapan corporate social responsibility	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada pengungkapan corporate social responsibility 2. Leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility.
10	Rofiqkoh & Priyadi, (2016) <i>Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi: Volume 5, Nomor 10</i>	Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. Leverage Variabel Dependen: 1. Pengungkapan corporate social responsibility	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa: 1, Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
11	Purnomo & Hariyati (2021) Jurnal Akuntansi Published by Program Studi Akuntansi STIE Sultan Agung Volume 7- Nomor 1	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Hasil penelitian membuktikan bahwa: 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap CSR.
12	(Yovana & Kadir, 2020) Jurnal Manajemen dan Akuntansi 21.1	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. Pertumbuhan perusahaan 3. <i>leverage</i> Variabel Dependen: 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> (CSR)	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa: 1. Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> (CSR) 2. <i>Leverage</i> Berpengaruh negatif Terhadap Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> (CSR) 3. Pertumbuhan Perusahaan Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab social
13	Putri & Yuliandhari, (2020) <i>Journal Of Applied Managerial Accounting / Vol. 4, No. 1,</i>	Pengaruh <i>Profitabilitas, Sales Growth</i> , Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Indeks Kompas 100 Tahun 2017-2018	Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> Sebagai Variabel Dependen	Hasil penelitian menunjukan bahwa: 1. Ukuran Perusahaan Memengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
14	Irhami & Diana, (2020)	Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan,	Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. <i>Leverage</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Size Berpengaruh Positif Terhadap

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
	E-Jurnal Ilmiah Riset Akuntans Vol. 09 No	Kinerja Keuangan, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	3. Pertumbuhan Perusahaan Variabel Dependen: 1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) 2. <i>Leverage</i> Berpengaruh Negatif Terhadap Pengungkapan Corporate Social (CSR) 3. Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)
15	Hasnia & Rofingatun, (2017) Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah Volume 12, Nomor 1	Pengaruh <i>Profitabilitas, Likuiditas, Dan Media Exposure</i> Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Variabel Independen: 1. Pertumbuhan perusahaan Variabel Dependen: 1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. <i>Growth</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
16	Rahmawati, (2020) Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Vol 8, No.1	Pengaruh <i>Profitabilitas, Ukuran, Dan Pertumbuhan</i> Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Pada Perusahaan Sektor <i>Food And Beverage</i> Yang Terdaftar Di Bei	Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. Pertumbuhan Perusahaan Variabel dependen: 1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 2. Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
17	Wahyuningsih & Mahdar, (2018) Kalbisocio, Volume 5 No. 1	Pengaruh <i>Size, Leverage</i> dan <i>Profitabilitas</i> Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. <i>Leverage</i> Variabel Dependen: 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) 2. <i>Leverage</i> berpengaruh secara

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
				positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial
18	Wartyna & Apriwenni, (2018) Jurnal Akuntansi Volume 7 No. 1	Dampak Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Publik, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial	Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. <i>Leverage</i> Variabel Dependen: 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan CSR 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
19	Santoso dkk., (2017) Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Vol 9 No 1	Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Ukuran Perusahaan Dan <i>Profitabilitas</i> Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (Studi Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2012-2015)	Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. Kepemilikan Saham Publik Variabel Dependen: 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 2. Kepemilikan Saham Publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
20	Ulfa et al., (2021)	<i>Company Size, Managerial, Intitutional Ownership And Environmental Performance On Corporate Social Responsibility Disclosures</i>	<i>Variabel Independent:</i> 1. <i>Size</i> <i>Variabel Dependent:</i> 1. <i>Corporate social responsibility disclosures</i>	Hasil penelitian terdahulu bahwa: 1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
21	Nugraha dkk., (2021) Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan	Analisis Pengaruh <i>Environmentl Performane</i> , Ukuran Perusahaan Dan <i>Growth</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. <i>Growth</i> Variabel Dependen: 1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil Penelitian terdahulu bahwa: 1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 2. <i>Growth</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
22	Oviliana dkk., (2021) Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Volume 2	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Tipe Industri</i> , dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR	Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa: 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
23	Shafira et al., (2021)	<i>The Effect Of Firm Size and Corporate Governance Structure on Corporate Social Responsibility Disclosures</i>	Variabel Independent: 1. <i>Firm Size</i> Variabel Dependent: 1. <i>Corporate social responsibility disclosures</i>	Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa: 1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
24	Irawan, (2021) Jurnal Ilmiah Core It Vol. 9 No. 3	Pengaruh <i>Profitabilitas</i> , <i>Likuiditas</i> , dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen: 1. <i>Leverage</i> Variabel Dependen: 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

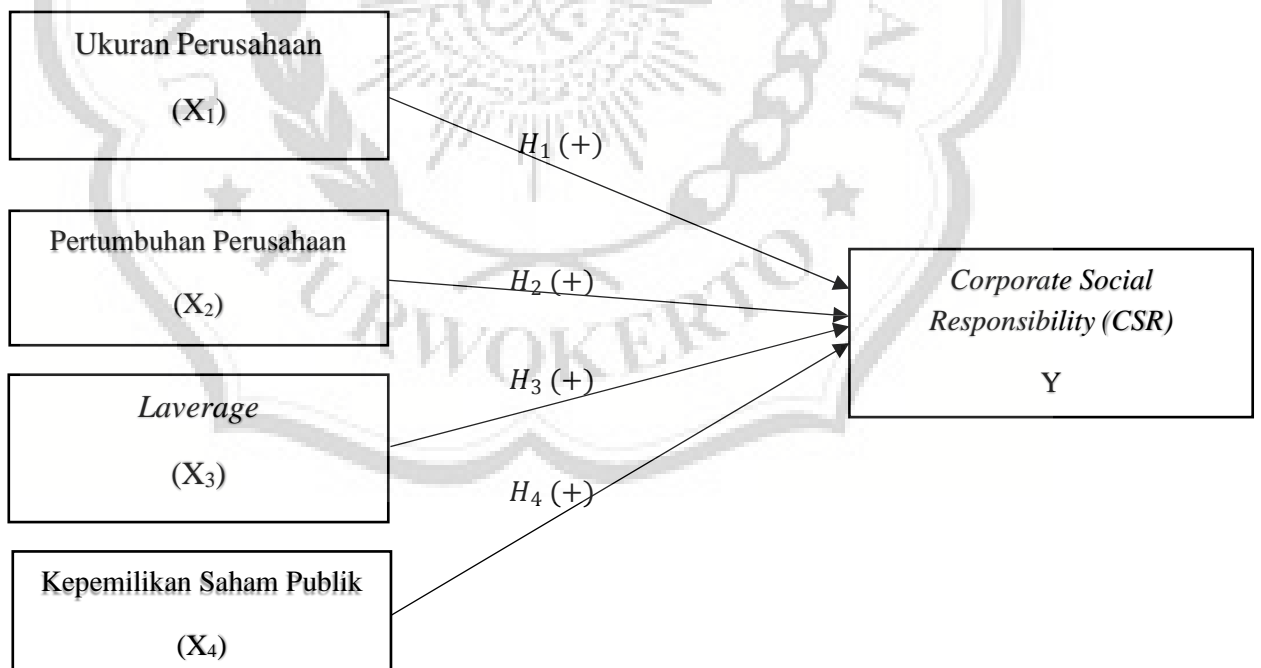
No	Penulis dan Identitas Jurnal	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
25	Hek dkk., (2011)	Pengaruh <i>Profitabilitas, Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018	<i>Variabel Independen:</i> 1. <i>Ukuran Perusahaan</i> 2. <i>Leverage</i> <i>Variabel Dependen:</i> 1. <i>Pengungkapan corporate social responsibility</i>	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 2. Leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
26	Andira dkk., (2021) <i>Business Management, Economic, and Accounting National Seminar Volume 2.</i>	Pengaruh <i>Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility</i>	<i>Variabel Independen:</i> 1. <i>Ukuran Perusahaan</i> <i>Variabel Dependen:</i> 1. <i>Pengungkapan corporate social responsibility</i>	Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa: 1. Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR
27	Tua, (2020) Jurnal Akuntansi dan Bisnis Krisnadwipayana Volume 8 No. 2	Pengaruh Likuiditas dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2015-2019	<i>Variabel Independent:</i> 1. <i>Leverage</i> <i>Variabel Dependent:</i> 1. <i>Pengungkapan corporate social responsibility</i>	Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa: 1. Leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
28	Erawati & Herlina, (2021) Jurnal Ilmiah Akuntansi Volume 12, Nomor 1	Pengaruh Dewan Komisaris, <i>Profitabilitas</i> , Kepemilikan Saham Publik Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2015-2019	Variabel Independen: 1. Kepemilikan Saham Publik Variabel Dependen: 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa: 1. Kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
29	Saputra, (2016)	Pengaruh <i>Leverage</i> , <i>Profitabilitas</i> , dan <i>Size</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independent: 1. <i>Leverage</i> 2. <i>Size</i> Variabel Dependen: 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Hasil Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa: 1. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
30	Purnamasari & Masyithoh, (2016)	Pengaruh <i>size</i> , <i>profitabilitas</i> , dan <i>leverage</i> terhadap <i>corporate social responsibility (csr) disclosure</i>	Variabel Independent: 1. <i>Size</i> 2. <i>Leverage</i> Variabel Dependen: 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa: 1. <i>Size</i> atau ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR 2. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap CSR

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual merupakan hubungan logis dari landasan teori dan kajian empiris. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tingkat eksplansi asosiatif. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016). Berdasarkan landasan teori yang sudah dijelaskan dan melihat dari penelitian terdahulu, maka peneliti bermaksud untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, *leverage* dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



D. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Abbas dkk., 2019); (Permatasari & Widyawati, 2019) & (Sekarwigati & Effendi, 2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang memiliki aktivitas operasi yang besar maka tanggung jawab yang dibebankan juga besar sehingga pengungkapan informasi yang disajikan lebih banyak, selain itu perusahaan besar juga mendapatkan tekanan dan sorotan yang lebih dari masyarakat karena perusahaan mengharapkan adanya imbalan atau keuntungan yang didapatkan masyarakat sekitar perusahaan. Dengan adanya teori legitimasi jadi semakin besar ukuran perusahaan maka pengungkapan CSR perusahaan semakin tinggi.

H₁ : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

2. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Sukenti dkk., 2017) & (Rahmawati, 2020) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pertumbuhan perusahaan menunjukkan peningkatan terhadap kinerja

perusahaan. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan memberikan *profitabilitas* yang tinggi di masa mendatang. Hal ini akan mempengaruhi laba, sehingga menyebabkan *stakeholders* tertarik terhadap perusahaan tersebut. Pada kondisi tersebut perusahaan cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan CSR.

H₂ : Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

3. Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut penelitian (Rofiqkoh & Priyadi, 2016); (Yanti dkk., 2021); & (Wahyuningsih & Mahdar, 2019) yang dilakukan oleh menyatakan *leverage* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki *leverage* ratio yang tinggi berusaha meyakinkan investor dan kreditor dengan melakukan pengungkapan yang lebih detail. Dengan adanya teori *stakeholder*, semakin tinggi *leverage* maka semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

H₃ : *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

4. Pengaruh Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Permatasari. D & Widyawati, 2019); (Santoso dkk., 2017); & (Hitipeuw & Kuntari, 2020) menyatakan kepemilikan saham publik memiliki pengaruh positif pada pengungkapan *corporate social responsibility*. Di dukung dengan adanya teori *stakeholder* menjelaskan suatu perusahaan yang kepemilikan saham publiknya tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dianggap mampu beroperasi dan memberikan deviden yang sesuai kepada masyarakat sehingga akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas.

H₄ : Kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)