

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder merupakan individu atau sekelompok yang memiliki keterkaitan terhadap suatu kepentingan. Dengan demikian teori *stakeholder* membahas tentang berbagai kepentingan. Teori *stakeholder* memiliki hubungan yang saling mempengaruhi dengan lingkungan, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial yang bersifat tanggung jawab dan akuntabilitas. Tujuan utama dari teori *stakeholder* yaitu untuk membantu manajer dalam meningkatkan nilai dari aktivitas-aktivitas yang dijalankan dan meminimalisir kerugian yang ada. Teori *stakeholder* ini dapat berguna untuk menjelaskan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Saleh et al. 2010). Hal ini terjadi karena teori *stakeholder* dapat membedakan antara isu sosial dengan stakeholder. Menurut Suhartini (2017) berpendapat bahwa teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukan merupakan entitas yang beroperasi untuk kepentingan sendiri, melainkan harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder* seperti masyarakat, pemerintahan, pemegang saham dan pihak lainnya. Dengan demikian dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* sangat berpengaruh terhadap keberadaan suatu perusahaan. Semakin besar dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* maka semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Dengan adanya pengaruh tersebut, maka keberadaan *stakeholder* menjadi pertimbangan paling penting bagi

perusahaan dalam mengungkapkan informasi dalam laporan perusahaan tersebut. Perusahaan perlu memberikan informasi yang relevan kepada stakeholder mengenai prestasi, posisi, tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

### **2.1.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Legitimasi masyarakat merupakan faktor dalam pengembangan perusahaan (Hadi, 2018). Perusahaan akan melakukan segala aktivitas selama tidak melanggar norma-norma yang berlaku di tempat perusahaan tersebut beroperasi. Teori legitimasi berfokus pada hubungan antara perusahaan dengan masyarakat. Sehingga perusahaan akan berusaha untuk melakukan program-program yang sesuai dengan harapan masyarakat, agar mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan perusahaan akan berusaha untuk menyelaraskan norma-norma yang berlaku di masyarakat dengan nilai-nilai sosial di dalam perusahaan. Legitimasi merupakan keberpihakan seseorang atau kelompok yang memiliki kepekaan terhadap lingkungan sekitar baik secara fiksi maupun non-fiksi (Irhami & Diana 2020)

### **2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab sosial mengenai kegiatan yang dilakukan perusahaan, karena perusahaan memiliki lebih dari satu tanggung jawab yang harus ditanggung (Krisnaningrum & Budiasih 2021). Pengungkapan Corporate social responsibility (CSR) memberikan dampak yang cukup besar bagi perusahaan seperti meningkatkan nilai perusahaan dan daya tarik untuk calon investor,

mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sekitar, meningkatkan penjualan produk dll (Cheng & Christiawan 2011). Pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) juga memiliki manfaat bagi masyarakat sekitar, seperti meningkatnya lapangan pekerjaan, meningkatnya perekonomian daerah, adanya bantuan dari perusahaan untuk masyarakat, dll. Pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan dilandasi oleh beberapa peraturan seperti peraturan (1) Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (2) Undang-Undang (UU) No.40 Tahun 2007 tentang 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 bahwa setiap perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan *corporate social responsibility* (CSR).

#### **2.1.4 Kepemilikan Saham Publik**

Kepemilikan saham publik merupakan persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh masyarakat/ publik sebanyak <5% yang berada di luar manajemen dan tidak ada hubungan istimewa terhadap perusahaan. Saham yang dimiliki oleh masyarakat/ publik bertujuan untuk mendapatkan keuntungan finansial (Purnomo et al 2021). Saham perusahaan yang banyak dimiliki publik menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki kredibilitas yang baik bagi masyarakat dan dapat memberikan imbalan (*deviden*) serta perusahaan mampu terus beroperasi (*going concern*), sehingga perusahaan akan mengungkapkan *corporate social responsibility* (CSR) secara luas.

Kepemilikan saham dapat dilihat dari laporan tahunan perusahaan. besar kecilnya saham yang dimiliki publik/ masyarakat, dapat diukur melalui rasio antara jumlah lembar saham yang dimiliki masyarakat atau publik terhadap total saham perusahaan di Indonesia (Rahayu & Anisyukurlillah 2015). Semakin tinggi proporsi kepemilikan saham publik, maka semakin luas pula pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini menjadikan bahwa persentase saham perusahaan akan memperluas informasi mengenai *corporate social responsibility* (CSR) dalam menyejahterakan kehidupan masyarakat dan lingkungan.

### 2.1.5 Leverage

*Leverage* merupakan kemampuan untuk memenuhi kewajiban perusahaan dalam membayar hutang jangka panjang. Menurut Surbakti (2012) mengatakan dalam penelitiannya bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan maka semakin banyak beban-beban perusahaan yang harus dibayar oleh perusahaan. hal ini pula yang membuat perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi cenderung mengungkapkan laba yang lebih tinggi dan mengurangi biaya-biaya, termasuk biaya pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Sedangkan perusahaan yang memiliki *leverage* lebih rendah cenderung tidak mengungkapkan laba yang lebih tinggi dan perusahaan memiliki biaya yang cukup untuk mengungkapkan *corporate social responsibility* (CSR).

*Leverage* dapat diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) yaitu perbandingan total kewajiban perusahaan dengan total aktiva yang dimiliki

perusahaan Surbakti (2012). Salah satu ukuran leverage keuangan perusahaan adalah adalah rasio utang terhadap ekuitas (*Debt to Equity Ratio - DER*). *Debt to equity ratio* yaitu perbandingan antara total kewajiban (liabilitas) dengan total modal sendiri (*equity*). Besar kecilnya hutang suatu perusahaan, akan memberikan pengaruh terhadap laba bersih yang tersedia bagi pemegang saham.

### 2.1.6 Profitabilitas

Setiap perusahaan tentunya ingin mencari laba yang sebesar-besarnya dari hasil produksinya. Dengan mendapatkan laba yang maksimal, perusahaan dapat berbuat banyak hal seperti menyejahterakan karyawan, meningkatkan kualitas produk, berinovasi produk, dan melakukan investasi baru. Menurut (Kasmir & Jakfar 2015) mengatakan bahwa profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba. Rasio ini juga dapat mengukur tingkat efisiensi manajemen suatu perusahaan. hal ini dapat dilihat dari laba yang didapatkan dari penjualan dan pendapatan investasi.

*Return on Asset (ROA)* digunakan dalam penelitian ini sebagai pengukuran yang digunakan untuk melihat efektifitas manajemen dalam mengasalkan keuntungan. ROA digunakan karena praktis perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dan aset, maka akan semakin lengkap dalam pengungkapan pelaporan dan informasi perusahaan. ROA dapat digunakan untuk memprediksi masa depan, hal ini terjadi karena ROA merupakan gambaran dari kondisi

perusahaan saat ini. perusahaan dapat dikatakan memiliki kinerja yang baik, jika memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, sehingga perusahaan memiliki cukup dana untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

### **2.1.7 Likuiditas**

Likuiditas dapat didefinisikan sebagai pemanfaatan sumber daya yang memadai untuk memenuhi kebutuhan dan kewajibannya yang akan jatuh tempo (Hery 2017). perusahaan dalam keadaan “likuid” jika dapat memenuhi kewajibannya tepat waktu. Perusahaan dapat dikatakan memiliki keuangan yang baik jika, perusahaan tersebut dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Setiawan et al 2021). Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi akan menarik para investor untuk menanamkan modalnya untuk membagikan keuntungan berupa deviden., sehingga perusahaan akan mengungkapkan *corporate social responsibility* (CSR) secara lebih luas.

## 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2

### Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1	<p><b>Penulis:</b> Januar Eky Pambudi1, Indra Gunawan Siregar, Avisha Silviana Widyarini</p> <p><b>Judul:</b> Pengaruh Gender, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></p> <p><b>Jurnal:</b> <i>Review of Applied Accounting Research</i> Vol 2 Nomer 1, Februari 2022</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> Gender, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></p>	<p>Regresi logistik menghasilkan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gender tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></li> <li>2. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></li> <li>3. Umur Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></li> </ol>
2.	<p><b>Penulis:</b> Silvia Debora Hitipeuw, Yeni Kuntari, Triani</p> <p><b>Judul:</b> Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas dan Media terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan</p> <p><b>Jurnal:</b> <i>Management and Accounting Expose</i>, Vol 3 Nomer 1, Juni 2020</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas, Media</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepemilikan saham publik berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></li> <li>2. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></li> <li>3. Media berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></li> </ol>
3.	<p><b>Penulis:</b></p>	<p><b>Variabel Independen:</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap</li> </ol>

	<p>Riska, Luhglatno, Mohklas</p> <p><b>Judul:</b> Analisis Pengaruh Profitabilitas Ukuran Perusahaan, Leverage dan kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan</p> <p><b>Jurnal:</b> Fokus EMBA, Vol 11 Nomer 1, April 2022</p>	<p>Profitabilitas Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> dan kepemilikan Saham Publik</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<p>pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li><i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li>kepemilikan Saham Publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> </ol>
4.	<p><b>Penulis:</b> Agung Prasetyo, Anny Widiasmara</p> <p><b>Judul:</b> Pengaruh Firm Size, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap CSR Sektor Pertambangan Indonesia</p> <p><b>Jurnal:</b> Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 1 Hal 30-42</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> Firm Size, Profitabilitas, pertumbuhan Perusahaan</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Firm Size tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li>Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li>pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> </ol>
5.	<p><b>Penulis:</b> Alveena Azizah Rahmawati dan Endang Dwi Retnani Sekolah</p> <p><b>Judul:</b> Pengaruh <i>Leverage</i>, Likuiditas dan <i>Risk Minimization</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> <i>Leverage</i>, Likuiditas dan <i>Risk Minimization</i></p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li><i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li>Likuiditas berpengaruh positif terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li><i>Risk Minimization</i> berpengaruh positif terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> </ol>

	<p><b>Jurnal:</b> Jurnal Ilmu &amp; Riset Akuntansi, Vol 10 Nomer 8, Agustus 2021</p>		
6.	<p><b>Penulis:</b> Permatasari dan Dini.</p> <p><b>Judul:</b> Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)</p> <p><b>Jurnal:</b> Jurnal Ilmu &amp; Riset Akuntansi, vol 8 Nomer 1, Januari 2019</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR)</li> <li>2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR)</li> <li>3. Kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR)</li> </ol>
7.	<p><b>Penulis:</b> Metri, Solikah Nurwati, Rita Sarlawa</p> <p><b>Judul:</b> Pengaruh Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia</p> <p><b>Jurnal:</b> Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akuntansu, vol 1 Nomer 1, Maret 2021</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Saham</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li>2. Profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li>3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Artinya, semakin besar ukuran perusahaan maka pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> </ol>

<p><b>8.</b></p>	<p><b>Penulis:</b> Mardianthi dan Akhmad.</p> <p><b>Judul:</b> Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Dewan Komisaris, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (CSR)</p> <p><b>Jurnal:</b> Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, vol 10 Nomer 4, April 2021</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> Leverage, Profitabilitas, Dewan Komisaris, Dan Ukuran Perusahaan</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li>2. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li>3. Ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li>4. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> </ol>
<p><b>9.</b></p>	<p><b>Penulis:</b> Nur Abfifa Nugraini dan Wiwin Wahyuni</p> <p><b>Judul:</b> Pengaruh Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i></p> <p><b>Jurnal:</b> Jurnal Analisa Akutansi dan Perpajakan, vol 5 Nomer 1, Maerat 2021</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Saham Publik</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (CSR)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengungkapan Media tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i></li> <li>2. Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>.</li> <li>3. Kepemilikan Saham Publik berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>.</li> </ol>
<p><b>10.</b></p>	<p><b>Penulis:</b> Merna Surjadi</p> <p><b>Judul:</b> Pengaruh Ukuran Dewan Direksi, Umur Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (CSR)</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> Ukuran Dewan Direksi, Umur Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (CSR)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran dewan direksi berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i> (SCRD)</li> <li>2. Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i> (SCRD)</li> <li>3. Kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social</i></li> </ol>

	<p><b>Jurnal:</b> Jurnal Akuntansi &amp; Perpajakan, vol 3 Nomer 4, April 2021</p>		<p><i>responsibility disclosure</i> (SCRD)</p>
11.	<p><b>Penulis:</b> Septina Korniasari dan Suyatmin Waskito Adi</p> <p><b>Judul:</b> Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p><b>Jurnal:</b> <i>Proceeding Seminar Nasional &amp; Call For Papers</i> Hal 695-705, Desember 2021</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Kepemilikan Saham Publik</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li>2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li>3. Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li>4. Kepemilikan saham publik berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).</li> </ol>
12.	<p><b>Penulis:</b> Thatya Putri Andira, Wahyu Ari Andriyanto, Sumilir</p> <p><b>Judul:</b> Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p><b>Jurnal:</b> <i>Business Management, Economic, and Accounting National Seminar</i>, vol 2 Hal 643-656 2021</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Kepemilikan Asing</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> (CSR)</li> <li>2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> (CSR)</li> <li>3. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> (CSR)</li> <li>4. Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> (CSR)</li> </ol>

<p><b>13.</b></p>	<p><b>Penulis:</b> Siti Nur Alfiyah</p> <p><b>Judul:</b> Effect Of Profitability and Leverage On Disclosure Of Corporate Social Responsibility In Islamic Commercial Banks</p> <p><b>Jurnal:</b> Journal of Finance and Islamic Banking, Vol 1 no 2 Desember 2018</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> Profitabilitas, <i>Leverage</i></p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<p>1. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> (CSR)</p> <p>2. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> (CSR)</p>
<p><b>14.</b></p>	<p><b>Penulis:</b> Ni Putu Yuni Kusuma Dewi &amp; Ni Gusti Putu Wirawati</p> <p><b>Judul:</b> The Influence of Share Ownership Structure and Company Size on Corporate Social Responsibility Disclosures</p> <p><b>Jurnal:</b> <i>American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)</i> Vol 5 nomer 2 2021</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> <i>Influence of Share Ownership Structure, compony size</i></p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<p>1. <i>Influence of Share Ownership Structure</i> berpengaruh negatif terhadap <i>corporate social responsibility</i> (CSR)</p>
<p><b>15.</b></p>	<p><b>Penulis:</b> Christine Herawati Limbong</p> <p><b>Judul:</b> Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, umur perusahaan</p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<p>1. Secara simultan profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, umur perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> (CSR)</p> <p>2. Secara parsial profitabilitas berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> (CSR)</p> <p>3. Secara parsial leverage berpengaruh negatif terhadap</p>

	<p>Pertambahan Yang Terdaftar Di Bei</p> <p><b>Jurnal:</b> Jurnal ECOBISMA Vol 6 nomer 2 September 2019</p>		<p><i>corporate social responsibility (CSR)</i></p> <p>4. Secara parsial leverage tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility (CSR)</i></p> <p>5. Secara parsial umur perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility (CSR)</i></p>
16.	<p><b>Penulis:</b> Yasmeen Tarek</p> <p><b>Judul:</b> The Impact of Financial Leverage and CSR on the Corporate Value: Egyptian Case</p> <p><b>Jurnal:</b> <i>International Journal of Economics and Finance</i> Vol 11 no 4 2019</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> <i>The Impact of Financial Leverage, Corporate Social Responsibility (CSR)</i></p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Corporate Value</i></p>	<p>1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>Financial Leverage</i> dengan <i>Corporate Value</i></p> <p>2. Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara <i>corporate social responsibility (CSR)</i> dengan <i>Corporate Value</i></p>
17.	<p><b>Penulis:</b> Jaja Suteja, Ardi Gunardi, Annisa Mirawati</p> <p><b>Judul:</b> Moderating Effect of Earnings Management on the Relationship Between Corporate Social Responsibility Disclosure and Profitability of Banks in Indonesia</p> <p><b>Jurnal:</b> <i>International Journal of Economics and Finance issues</i> Vol 6 no 4 2016</p>	<p><b>Variabel Independen:</b> <i>Moderating Effect of Earnings Management, Corporate social responsibility disclosure (CSR D)</i></p> <p><b>Variabel Dependen:</b> <i>Profitability</i></p>	<p>1. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap <i>profitability</i></p> <p>2. <i>Earnings Management</i> berpengaruh negatif terhadap <i>profitability</i></p>

## 2.3 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pemikiran

### a. Kerangka Pemikiran

*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan gagasan perusahaan yang membuat perusahaan tidak lagi bertanggung jawab terhadap keuntungan semata, namun bertanggung jawab juga terhadap lingkungan dan sosial (Ramadhanty & Budiasih 2020). Hal ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang membahaskan tentang isu sosial dan dapat membedakan antara isu sosial dengan pemangku kepentingan. *Corporate social responsibility* (CSR) juga merupakan strategi yang dilakukan perusahaan tersebut sebagai bukti bahwa perusahaan tersebut telah melakukan tanggung jawab lingkungan dan sosial (Erna Trisnadewi & Amlayasa 2020). Pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) juga memiliki peran yang penting bagi perusahaan, seperti meningkatkan nilai dan citra perusahaan, menarik para investor, serta kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut, hal ini lah yang akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan.

Kepemilikan saham publik merupakan persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik. saham perusahaan yang dimiliki publik menandakan bahwa perusahaan tersebut mempunyai tingkat kredibilitas yang tinggi terhadap pembagian deviden dan perusahaan juga mampu untuk beroperasi terus menerus (*going concern*) sehingga akan mengungkapkan *corporate social responsibility* (CSR) yang lebih luas. Semakin tinggi tingkat kepemilikan saham publik maka semakin luas pula pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini sejalan dengan teori *stakeholder*, hal ini terjadi karena kepemilikan saham publik berperan penting dalam memenuhi

kebutuhan *stakeholder* termasuk kebutuhan informasi terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)

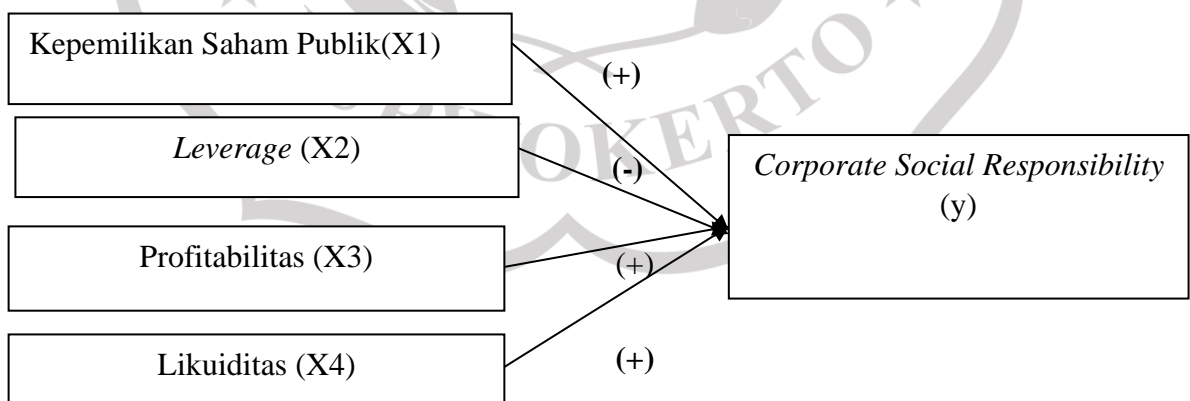
*Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh aktiva dibiayai hutang (Kasmir 2017). Dalam arti luas menyebutkan bahwa, leverage merupakan rasio pengukuran untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai hutang jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan tersebut diakuisisi. Teori legitimasi menyebutkan bahwa, jika perusahaan memiliki tingkat *leverage* yang tinggi, itu artinya bahwa perusahaan tersebut mudah untuk mendapatkan hutang dan mudah untuk melunasi hutangnya, sehingga semakin tinggi pula kecenderungan untuk mengabaikan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dibandingkan dengan perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah (Fahrizqi, 2017). Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi juga akan menyebabkan tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan menurun karena menurut investor, perusahaan akan cenderung lebih fokus dalam melunasi hutang-hutangnya dibandingkan dengan pembayaran deviden.

Profitabilitas merupakan rasio pengukuran yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan secara keseluruhan, dengan melihat tingkat pendapatan yang diperoleh perusahaan. Profitabilitas dapat digunakan untuk mengevaluasi tingkat efektivitas pengelolaan suatu perusahaan (Priatna & Aswiani 2017). Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan keuntungan yang maksimal, melainkan harus mementingkan sosial dan lingkungan sehingga aktivitas perusahaan mendapatkan dukungan terhadap masyarakat dan pemangku kepentingan, sesuai dengan teori *stakeholder* dan

teori legitimasi. Menurut Amran & Devi (2008) mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki profit yaitu perusahaan yang peduli terhadap sosial dan lingkungannya, sehingga perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi akan mengungkapkan *corporate social responsibility* (CSR) lebih luas.

Likuiditas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang jangka pendek dan dalam membiayai biaya operasional (Kasmir 2017). Teori legitimasi mendasari likuiditas bahwa kekuatan dari perusahaan dapat dilihat dari tingkat rasio likuiditas dan rasio pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Semakin tinggi tingkat likuiditas perusahaan, maka semakin luas pula pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Perusahaan dengan tingkat likuiditas tinggi akan lebih menarik perhatian para investor untuk standar perusahaan sejenisnya (Fahmi Irham, 2012).

**Gambar 2.3**  
**Kerangka Pemikiran**



## 2.4 Pengembangan Hipotesis

### 2.4.1 Pengaruh Kepemilikan Saham Publik terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kepemilikan saham publik merupakan proporsi kepemilikan yang dimiliki oleh publik (Rindawati & Asyik 2015). Kepemilikan saham mempengaruhi luas tidaknya pengungkapan informasi mengenai *corporate social responsibility* (CSR). Sehingga semakin besar kepemilikan saham yang dimiliki publik, akan semakin luas pula pengawasan yang dilakukan perusahaan dan pengungkapan informasi *corporate social responsibility* (CSR) yang diperlukan (Franita Riska 2018). Investor ingin mengetahui lebih banyak informasi mengenai perusahaan tempat mereka berinvestasi, serta agar dapat mengawasi kegiatan perusahaan sehingga dapat terpenuhi semua kepentingan perusahaan. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Permatasari et al (2019), E. N. Putra (2011), dan Santoso et al (2017) mengatakan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H1: Kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).**

#### 2.4.2 Pengaruh Leverage terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Leverage merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam melakukan memenuhi kewajibannya. Menurut (Kasmir, 2016) leverage juga merupakan rasio pengukuran untuk mengetahui sejauh mana perusahaan dibiayai oleh hutang. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat ketergantungan perusahaan terhadap pihak eksternal (kreditur), sedangkan perusahaan dengan tingkat leverage lebih rendah menunjukkan bahwa perusahaan tidak bergantung pada pihak eksternal karena lebih banyak membiayai aset dan modalnya sendiri (Erosvitha & Wirawati 2016). Perusahaan dengan tingkat Leverage lebih tinggi akan cenderung untuk lebih sedikit mengungkapkan informasi mengenai *corporate social responsibility* agar tidak menjadi sorotan *stakeholder*. Seperti penelitian yang dilakukan Nur & Priantinah (2012), Yovana & Kadir (2020), Munsaidah et al (2016), mengatakan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H2: Leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).**

### 2.4.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Profitabilitas merupakan rasio pengukuran yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. perusahaan besar cenderung memiliki keuangan yang stabil dan lebih mampu dalam menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan dengan ukuran yang kecil. Namun semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula tekanan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Oleh sebab itu, semakin besar tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin luas pula pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) Anugerah et al. (2010). Artinya bahwa perusahaan di Indonesia mulai menyadari betapa pentingnya pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), sehingga semakin besar keuntungan yang didapatkan, semakin tinggi pula nilai dari kinerja *corporate social responsibility* (CSR). Menurut (Ayem & Rohana, 2019), Purba & Candradewim (2019), Mardianthi, (2019) mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H3: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).**

#### 2.4.4 Pengaruh Likuiditas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan mengenai kesanggupan perusahaan dalam memenuhi hutang jangka pendeknya (Putri, 2017) yang artinya likuiditas dapat menggambarkan kesiapan dana perusahaan guna memenuhi hutang yang jatuh tempo. Para investor menjadikan likuiditas sebagai tolak ukur untuk menilai kinerja perusahaan. Jika tingkat likuiditas perusahaan tinggi, maka perusahaan tersebut mampu untuk membiayai dan melakukan kegiatan sosial atau *corporate social responsibility* (CSR). Dengan adanya hal ini, maka perusahaan dapat lebih mampu untuk mengungkapkan *corporate social responsibility* (CSR). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ihsan (2014), Arif & Wawo (2016), Nisak & Jaeni (2019), Sadewo & Sitohang (2019) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H4: Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).**