

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Dowling dan Pfeffer (1975) menjelaskan bahwa dalam teori legitimasi perusahaan berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang ada pada aktivitas perusahaan dengan norma-norma yang ada pada lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut merupakan bagian dalam lingkungan sosial tersebut. Dasar teori legitimasi adalah “kontrak sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi. Ketika terdapat ketidakselarasan antara kedua sistem tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan. Menurut Ghozali dan Chariri (2007), teori legitimasi merupakan kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat. Adanya aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan akan berdampak positif dan negatif bagi masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, pengungkapan tanggung jawab sosial harus dilakukan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan.

Teori legitimasi berfokus pada interaksi antara perusahaan dan masyarakat. Teori ini menjadi dasar bagi perusahaan untuk memperhatikan apa yang diinginkan masyarakat dan sejalan dengan norma sosial yang berlaku saat ini dalam kegiatan bisnis perusahaan. Dalam teori legitimasi, perusahaan juga harus melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR

semaksimal mungkin agar aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyarakat, pengungkapan ini digunakan untuk melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, karena pengungkapan CSR akan menunjukkan tingkat kepatuhan suatu perusahaan (Rosiana, 2013).

2. Teori Stakeholder

Stakeholder menurut Freeman (1984) merupakan individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh organisasi sebagai dampak yang terjadi dari aktivitas-aktivitas perusahaannya. Menurut Ghozali dan Chariri (2007), teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* seperti kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, dan pihak lain. Oleh karena itu, keberadaan suatu perusahaan sangat ditentukan dan dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Teori ini juga menyatakan perusahaan akan memilih secara sukarela dalam pengungkapan informasi kinerja lingkungan, sosial, dan intelektual mereka untuk bisa memenuhi ekspektasi sesungguhnya dan yang diakui oleh *stakeholder*. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari *stakeholders* (Wardani dan Januarti, 2013).

3. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Secara teoritis, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan inti dari etika bisnis. Dimana suatu perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban-kewajiban ekonomi dan kepada pemegang saham (*shareholders*) tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang tidak dapat lepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak bisa berjalan atau beroperasi dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak. CSR pada dasarnya merupakan bentuk kewajiban dan komitmen bisnis perusahaan untuk memperhatikan kepentingan *stakeholder* demi pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas kehidupan. Adanya tuntutan terhadap perusahaan untuk pengungkapan CSR ini muncul dengan asumsi bahwa perusahaan secara sosial mempunyai kewajiban sosial terhadap masyarakat (Dewi, 2013).

CSR merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) dalam kondisi keuangannya (*financial*). Tetapi, tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada konsep *triple bottom lines* yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997 yang memberikan suatu terobosan besar bagi perkembangan CSR pada era yang baru. Konsep *triple bottom line* menjelaskan bahwa CSR memiliki tiga elemen penting yaitu 3P, (*people*) manusia, (*profit*) keuntungan, (*planet*) bumi, yang diharapkan mendukung pembangunan berkelanjutan (Rusdianto, 2013).

4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Chariri dan Ghozali, (2007) mengatakan pengungkapan berarti tidak menyembunyikan atau menutupi sesuatu. Pengungkapan CSR merupakan sebuah laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan berkaitan dengan dampak sosial maupun dampak lingkungan. Pengungkapan juga mengandung arti bahwa laporan keuangan harus bisa memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu perusahaan. Pengungkapan CSR merupakan salah satu strategi untuk menjaga hubungan baik dengan para stakeholder yang dapat dilakukan dengan memberikan informasi mengenai kinerja perusahaan baik dalam aspek ekonomi, sosial maupun lingkungan. Dengan adanya pengungkapan CSR diharapkan dapat memenuhi kebutuhan akan informasi yang sedang dibutuhkan oleh para *stakeholder* (Sumaryono dan Asyik, 2017).

Pengungkapan CSR merupakan pengungkapan yang tak kalah penting dengan pengungkapan kinerja keuangan. Salah satu keuntungan mengungkapkan CSR adalah pihak di luar perusahaan bisa mengetahui sudah sejauh mana perusahaan peduli dengan lingkungan sosialnya. Tidak hanya itu, nilai perusahaan dimata investor juga bisa meningkat. Karena saat ini, investor juga ingin melihat sisi lain perusahaan selain dari sisi keuangannya saja. Hal ini ditandai dengan bermunculannya indeks-indeks pasar modal yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan dan mengungkapkan CSR, dan Bursa Efek Indonesia

(BEI) memiliki Indeks SRI Kehati yang diluncurkan pada tahun 2009 (Oktarina, 2013).

5. Ukuran Perusahaan

Secara teoritis, perusahaan yang memiliki jumlah karyawan yang lebih banyak biasanya akan menghadapi tekanan politis dari *stakeholder*. Salah satunya berupa tuntutan dari karyawan atas hak untuk mendapatkan informasi berkaitan dengan operasi perusahaan. Maulida, dkk (2014) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan adalah besar atau kecilnya suatu perusahaan yang diukur dengan total aset perusahaan. Sama halnya seperti menurut Rudangga dan Sudiarta, (2016) yang menyatakan ukuran perusahaan merupakan suatu skala berdasarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dicerminkan melalui total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

Kurnianingsih, (2013) mengatakan bahwa ukuran perusahaan berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas perusahaan. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka dimana perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka panjang akan terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat (Prima dan Keni, 2013)

6. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris memegang peranan penting dalam perusahaan, terutama dalam tata kelola perusahaannya yang baik. Dewan komisaris merupakan suatu mekanisme mengawasi dan memberikan petunjuk dan arahan pada perusahaan dewan komisaris yang di tunjuk oleh RUPS dan dalam undang-undang No.40 tahun 2007. Ukuran dewan komisaris adalah jumlah dewan komisaris yang dimiliki oleh perusahaan, semakin banyak anggota dewan komisaris maka pengendalian dalam perusahaan akan semakin meningkat dan akan semakin menekan pihak manajemen dalam mengungkapkan pertanggungjawaban sosial (Nurfadilah dan Sagara, 2015).

Menurut Nugraha dan Andayani, (2013), dewan komisaris memiliki kewenangan manajemen yang tinggi dalam sebuah perusahaan termasuk dalam pengungkapan CSR. Sesuai dengan teori legitimasi, bahwa dalam pengambilan keputusan, dewan komisaris harus mempertimbangkan aturan dan norma yang ada. Hal ini disebabkan agar perusahaan berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Jika semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan.

7. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan suatu kondisi yang menunjukkan jika pihak-pihak yang berbentuk institusi seperti yayasan, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, perusahaan berbentuk Perseroan Terbatas (PT), bank dan institusi yang lainnya sebagai pihak yang memiliki saham

dan menjadi pemegang saham. Kepemilikan institusional dapat menguasai mayoritas saham karena institusional memiliki sumber daya yang lebih besar dibandingkan dengan pemegang saham lainnya (Wibowo, 2020).

Bangun dkk, (2012) mengatakan bahwa kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam pengawasan kinerja manajemen sebagai pencegahan terhadap kecurangan yang dilakukan oleh manajemen karena keberadaan kepemilikan institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. Karena kepemilikan saham mewakili suatu sumber kekuasaan yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya terhadap kinerja manajemen. Semakin besar kepemilikan institusional maka akan mendorong perusahaan. Pengawasan yang dilakukan oleh investor institusional sangat bergantung pada besarnya investasi yang dilakukan (Patmawati dan Zulkarnain, 2020)

8. Kepemilikan Manajerial

Nurfadilah dan Sagara, (2015) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial merupakan pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan sebuah keputusan dalam perusahaan yang bersangkutan. Nurahman dan Sudarno, (2013) juga menyatakan bahwa kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham perusahaan oleh manajemen. Adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen akan menimbulkan suatu pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan.

Kepemilikan manajerial memperoleh keuntungan khusus atas biaya CSR dari pemegang saham lainnya, struktur kepemilikan modal harus memegang peranan dalam penetapan jumlah pengeluaran CSR. Tingkat kepemilikan manajemen yang tinggi cenderung akan tetap bertahan, dimana manajemen dapat melakukan program CSR dengan mudah, jadi semakin tinggi tingkat kepemilikan manajerial maka semakin tinggi pula untuk melakukan program CSR (Rasyid, dkk, 2019)

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1.
Hasil Penelitian Terdahulu

| No | Penulis dan Identitas Jurnal | Variabel Yang Digunakan | Hasil |
|----|---|---|---|
| 1. | Anggraini dan Asyik (2016), Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi : Volume 5, Nomor 8, Agustus 2016 | <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p>Variabel Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Perusahaan 2. Kepemilikan Institusional 3. Kepemilikan Manajerial | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. 2. Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. 3. Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. |
| 2. | Fauzyyah dan Rachmawati (2018), <i>The Accounting Journal of Binaniaga</i> Vol. 03, No. 02, December 2018 | <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p>Variabel Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>The Size of Board of Commissioners</i> 2. <i>Institutional Ownership</i> 3. <i>Managerial Ownership</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh Positif terhadap pengungkapan CSR. 2. Kepemilikan Institusional berpengaruh Positif terhadap pengungkapan CSR. 3. Kepemilikan Manajerial berpengaruh Positif terhadap pengungkapan CSR. |
| 3. | Hafidzi (2019), <i>Journal of economics and business</i> Vol. 3, No. 1, Hal 65 - 80 Maret 2019 | <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p>Variabel Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>The Size of Board of Commissioners</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. |

Lanjutan tabel 2.1

| | | | |
|----|---|--|---|
| 4. | Ibrahim, dkk (2015), Jurnal Akuntansi Multiparadigma Volume 6 Nomor 1 Halaman 1- 174 Malang, April 2015 | Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan | 1. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. |
| 5. | Indrayenti dan Jenni (2018), Jurnal Akuntansi & Keuangan Volume 9, No. 2, Hal 1-13 September 2018 | Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. Ukuran Dewan Komisaris | 1. Ukuran Perusahaan berpegaruh positif terhadap pengungkapan CSR. 2. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. |
| 6. | Kusumawati (2018), Jurnal Ekonomi dan Publik Vol. 14 No. 1 Februari 2018. | Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen: 1. Kepemilikan Institusional | 1. Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. |
| 7. | Nurleni & Bandang (2018), <i>International Journal of Law and Management</i> Vol. 60 No. 4 Hal:979-987 Juli 2018. | Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen: 1. <i>Institutional Ownership</i> 2. <i>Managerial Ownership</i> | 1. Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. 2. Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. |
| 8. | Oktariani (2013), Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi Volume 8, No.2, Tahun 2013. | Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen: 1. Ukuran Dewan Komisaris | 1. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. |
| 9. | Pajaria, dkk (2016), Jurnal Penelitian dan Pengembangan Akuntansi Vol. 10 No. 2 Juli 2016 | Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan | 1. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. |

Lanjutan tabel 2.1

| | | | |
|-----|--|---|--|
| 10. | Pramesti dan Idayanti. (2019), <i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi</i> : Volume 8, Nomor 4, April 2019. | <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p>Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan</p> | 1. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. |
| 11. | Pratiwi (2020), <i>Journal of Economics and Finance</i> Volume 11, Issue 1 Ser. VII (Jan – Feb 2020). | <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p>Variabel Independen: 1. <i>Company Size</i> 2. <i>The Size of Board of Commisioners.</i></p> | 1. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. 2. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. |
| 12. | Rasyid, dkk (2019), <i>Conference on Management and Behavioral Studies</i> NO: 2541-3406, 23 Oktober 2019. | <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p>Variabel Independen: 1. Kepemilikan Manajerial</p> | 1. Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. |
| 13. | Saputra (2016), <i>Journal of Economic and Economic Education</i> Vol.5 No.1 (75-89, 2016. | <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p>Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan</p> | 1. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. |
| 14. | Sari dan Rani (2015), <i>Jurnal Akuntansi dan Keuangan</i> Vol. 4 No. 1 April 201 | <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p>Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. Kepemilikan Institusional 3. Kepemilikan Manajerial</p> | 1. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. 2. Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. 3. Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. |
| 15. | Wibowo (2020), <i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi</i> : Volume 9, Nomor 2, Februari 2020. | <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p>Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. Kepemilikan Institusional</p> | 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. 2. Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. |

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|-----|---|--|---|
| 16. | Yunina dan Eftiana (2017), Jurnal Akuntansi dan Keuangan Volume 5, Nomor 2, Agustus 2017. | <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p>Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. Ukuran Dewan Komisaris</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. 2. Ukuran Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. |
| 17. | Yurika (2019), Jurnal Multiparadigma Akuntansi Volume I No. 3/2019 Hal: 703-711 | <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p>Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. |
| 18. | Zia (2016), Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 5, Nomor 10, Oktober 2016. | <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p>Variabel Independen: 1. Ukuran Dewan Komisaris 2. Kepemilikan Institusional 3. Kepemilikan Manajerial</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. 2. Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. 3. Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. |
| 19. | Zulhaimi dan Nurprianti. (2019), Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Vol.7 No. Hal. 555-566, 2019 | <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p>Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. Ukuran Dewan Komisaris</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. 2. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. |

Sumber: Data diolah, (2020)

C. Kerangka Pemikiran

Aktivitas perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal dan internal, yang kesemuanya dapat disebut sebagai *stakeholders*. Kelangsungan hidup suatu perusahaan bergantung pada dukungan *stakeholders* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari

dukungan tersebut. Makin kuat *stakeholders*, makin besar usaha perusahaan untuk bisa beradaptasi (Abbas, dkk 2019).

Berdasarkan teori legitimasi suatu perusahaan beroperasi atas ijin masyarakat, dimana ijin tersebut dapat ditarik apabila masyarakat menilai jika perusahaan tidak melakukan hal-hal yang diwajibkan kepada masyarakat. Teori legitimasi juga berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menjadi dasar bagi perusahaan untuk memperhatikan harapan masyarakat dan mampu mensejajarkannya dengan norma sosial yang berlaku dimana perusahaan melangsungkan kegiatan bisnisnya (Sari, 2013).

CSR merupakan suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu beroperasi. CSR sangat erat kaitannya dengan *sustainable reporting* (laporan berkelanjutan) dimana suatu perusahaan dalam melakukan kegiatannya harus berdasar pada keputusan yang tidak berdasar pada keuntungan saja melainkan juga harus memikirkan dampak sosial dan lingkungan yang mungkin timbul dari keputusan yang diambil perusahaan tersebut. (Wibowo, 2020).

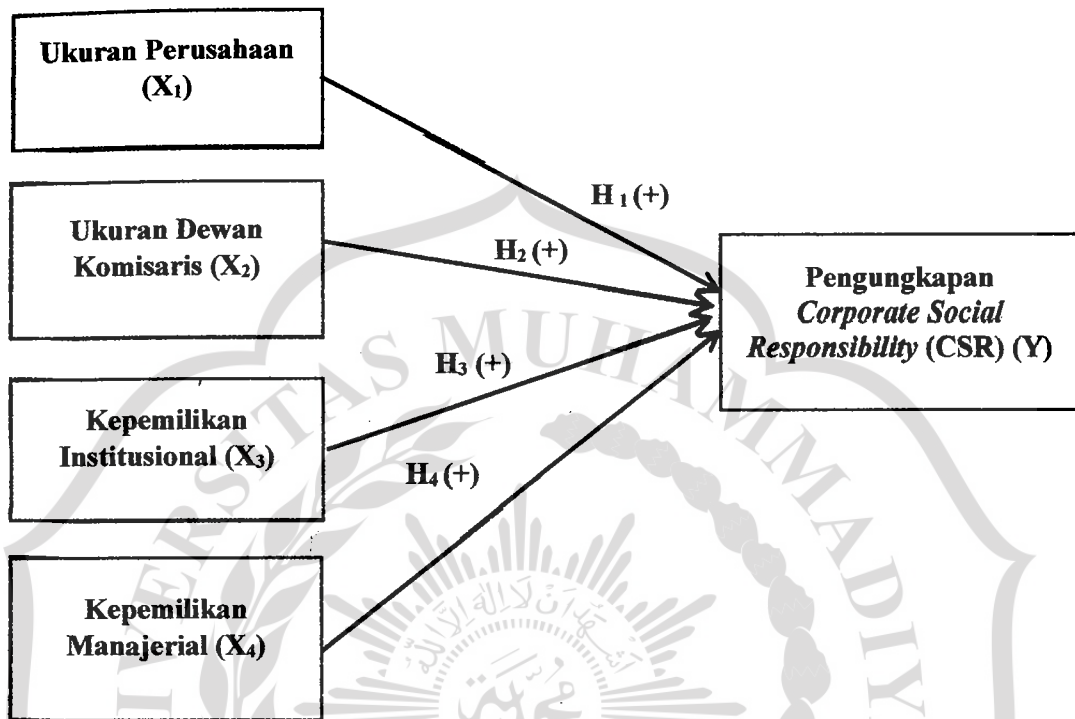
Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai skala yang mengidentifikasi besar atau kecilnya perusahaan yang dinyatakan ke dalam total aset, total penjualan, jumlah tenaga kerja, nilai pasar saham dan lainnya. (Rindawati dan Asyik. 2015). Besar kecilnya suatu perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin besar perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat oleh perusahaan (Nuraini, 2015).

Ukuran dewan komisaris merupakan suatu bentuk pengawasan untuk memberikan petunjuk dan arahan pada pengelola perusahaan atau pihak manajemen. Dalam hal ini dewan komisaris memiliki kewenangan dan kekuasaan terhadap manajemen untuk memberikan pengaruh agar manajemen dapat mengungkapkan CSR. Dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial, karena semakin banyak anggota dewan komisaris maka akan semakin meningkat pengendalian dalam perusahaan dan akan menekan pihak manajemen dalam mengungkapkan pertanggungjawaban sosial (Nurfadilah dkk, 2015).

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh suatu institusi. Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional (Sari dkk, 2011). Investor institusional menekan perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial agar dapat mencapai perusahaan yang lebih baik, terlebih pada perusahaan pertambangan yang memiliki dampak besar terhadap lingkungan sosial. Semakin besar suatu kepemilikan institusional maka pengungkapan tanggung jawab sosial pun akan semakin meluas. (Anggono dkk, 2009).

Kepemilikan saham manjerial merupakan suatu presentase saham yang dimiliki eksekutif dan direktur. Semakin besar kepemilikan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, maka manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial lebih luas lagi dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan (Melati, 2014).

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai skala yang mengidentifikasikan besar atau kecilnya perusahaan yang dinyatakan dalam total penjualan bersih suatu perusahaan (Rindawati dan Asyik, 2015). Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka semakin luas pengungkapan informasi CSR yang akan disajikan terkait hal-hal yang dilakukan perusahaan dalam aktivitasnya.

Berdasarkan teori legitimasi, suatu perusahaan yang besar akan memiliki aktivitas yang lebih banyak, sehingga akan menimbulkan dampak sosial lingkungan yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan

kecil. Dengan aktivitas yang lebih banyak maka para pemegang saham akan lebih memperhatikan program sosial yang dijalankan oleh perusahaan sehingga pengungkapan CSR akan semakin luas. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap CSR menurut teori *stakeholder* yaitu semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin banyak pihak-pihak yang menjadi bagian dari *stakeholder* perusahaan, sehingga pengungkapan CSR akan semakin meluas.

Teori tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nilasari, (2015) yang meneliti mengenai ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Selain itu, penelitian Yurika, (2019) yang meneliti ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo, (2020) mengenai ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin banyak pula informasi perusahaan yang akan diungkapkan termasuk pengungkapan CSR. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

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

2. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR.

Ukuran dewan komisaris merupakan suatu bentuk pengawasan untuk memberikan petunjuk serta arahan kepada pengelola perusahaan atau pihak manajemen, karena dewan komisaris merupakan pemilik pelaksana tertinggi atau yang memiliki kekuasaan terhadap manajemen untuk memberikan pengaruh agar manajemen dapat mengungkapkan luasnya CSR (Fauzyyah dan Rachmawati, 2018).

Krisna dan Suhardianto, (2016) mengungkapkan dewan komisaris sebagai perwakilan para pemilik saham memiliki peran sebagai pengawas kinerja perusahaan, termasuk kinerja sosial perusahaan. Hal ini dilakukan sebagai suatu bentuk memenuhi kepentingan kepada seluruh pemangku kepentingan seperti yang terdapat dalam teori *stakeholder*. Dalam pengambilan keputusan sesuai dengan teori legitimasi, bahwa dewan komisaris harus bisa mempertimbangkan aturan dan norma yang ada. Dewan komisaris memiliki kekuasaan yang besar dalam sebuah perusahaan, termasuk dalam pengungkapan CSR. Semakin besar ukuran dewan komisaris dalam sebuah perusahaan, maka perusahaan akan cenderung untuk melaporkan tanggung jawab sosialnya lebih luas lagi.

Teori tersebut di dukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktariani, (2013) mengenai ukuran dewan komisaris yang menemukan hasil jika ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Zia, (2016) mengenai ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional dan kepemilikan

manajerial menemukan hasil jika ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hafidzi, (2019) mengenai ukuran dewan komisaris menunjukkan hasil jika ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

3. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan CSR.

Kepemilikan institusional adalah jumlah saham yang dimiliki oleh suatu institusi keuangan seperti perusahaan asuransi, bank, investasi, atau institusi lain-lain (Rustiarini, 2010). Pengungkapan CSR sudah mulai menjadi suatu pertimbangan para pemegang saham untuk melakukan investasi pada suatu perusahaan.

Berdasarkan teori legitimasi, kepemilikan institusional ini termasuk pemilik dana terbesar, sehingga perlu adanya pengawasan terhadap kinerja perusahaan. Pengawasan terhadap kinerja dapat dilakukan dengan pengungkapan CSR. Teori *stakeholder* juga menyatakan bahwa *stakeholder* merupakan pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Suatu kepemilikan institusional yang besar akan sangat berpengaruh dan berdampak pada keputusan manajemen yang akan diambil, dan salah satu keputusannya adalah pengungkapan informasi CSR.

Penelitian Elvina, dkk, (2016) yang meneliti kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial menemukan hasil bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Lalu ada penelitian yang dilakukan oleh Nurleni dan Bandang, (2018) mengenai kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial menunjukkan hasil bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dan menurut penelitian yang dilakukan oleh Patmawati, (2020) mengenai ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional menunjukkan hasil bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

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

4. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan CSR.

Melati, (2014) menyatakan kepemilikan saham manjerial adalah presentase saham yang dimiliki eksekutif dan direktur. Semakin besar kepemilikan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Maka manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan.

Berdasarkan teori legitimasi, suatu kepedulian perusahaan yang melaporkan tanggungjawab sosialnya kepada para *stakeholder* bisa dipandang sebagai kontribusi sosial perusahaan. Hal ini juga terkait dengan kepemilikan saham yang dimiliki manajer dalam perusahaan yang dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR. Semakin besar kepemilikan

saham oleh manajer, maka manajer akan semakin meningkatkan nilai perusahaan yang berdampak pada pengungkapan CSR yang semakin meluas. Dalam teori *stakeholder*, menyatukan kepentingan antara pemegang saham dan manajemen akan terjadi jika manajer memiliki saham perusahaan. Hal tersebut terjadi karena manajer akan bertindak sebagai pemegang saham yang nantinya berfokus untuk meningkatkan citra perusahaan. Semakin besar kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajer maka pengungkapan CSR akan semakin besar, tujuannya sendiri untuk mendapatkan legitimasi dan nilai positif dari para stakeholder.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dan Asyik, (2016) mengenai ukuran perusahaan, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial menunjukkan hasil jika kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauzyyah dan Rachmawati, (2018) mengenai ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial menunjukkan jika kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Rasyid, dkk, (2019) yang meneliti mengenai kepemilikan manajerial menemukan hasil jika kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

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