

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Stakeholder Theory*

Teori *Stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan adalah entitas yang tidak hanya beroperasi guna kepentingannya sendiri melainkan juga harus memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan atau *stakeholder*, yaitu investor, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lainnya (Ghozali dan Chariri, 2007). Agar perusahaan mampu berkembang dan bertahan lama di dalam masyarakat maka perusahaan membutuhkan dukungan dari para *stakeholder* (Amilia & Andayani, 2019).

Perusahaan penting untuk mengetahui berbagai kepentingan *stakeholder*, kemudian menyediakan informasi yang relevan terkait aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, CSR digunakan untuk menyelaraskan kepentingan *stakeholder* dengan kepentingan perusahaan (Tasya & Cheisviyanny, 2019). Pengungkapan CSR bersifat penting, karena *stakeholder* perlu melakukan evaluasi sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan arahan *stakeholder*, sehingga perlu adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang dilakukan. (Fauziah & Asyik, 2019).

2. *Legitimacy Theory*

Teori legitimasi adalah sebuah sistem yang mengelola perusahaan yang berorientasi pada suatu kebijakan perusahaan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan sebuah kelompok masyarakat (Gray et al., 1996). Teori legitimasi berfokus pada hubungan antara masyarakat dengan perusahaan. Legitimasi masyarakat merupakan faktor penting bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan (Tampubolon & Siregar, 2019). Teori legitimasi menjadi landasan bagi perusahaan untuk memperhatikan apa yang menjadi harapan masyarakat dan mampu menyelaraskan dengan norma sosial yang berlaku dimana perusahaan melangsungkan kegiatan bisnisnya (Abbas dkk., 2019). Perusahaan juga harus peduli terhadap lingkungan sekitarnya, karena hal itu mampu menjaga eksistensi perusahaan dan keberlangsungan kegiatan perusahaan di masa mendatang dapat diterima oleh masyarakat sekitar (Yanti dkk., 2021).

Teori legitimasi menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan harus dilaksanakan sebaik mungkin agar nantinya aktivitas dan kinerja perusahaan mendapat respon yang baik dari masyarakat (Amdani dkk., 2021). Dengan mengungkapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Abbas dkk., 2019). Dengan demikian, pengungkapan CSR legitimasi tidak

hanya bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan saja tetapi juga untuk mempertahankan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang (Fauziah & Asyik, 2019).

3. Teori Agensi

Jensen dan Meckling (1976), mengemukakan bahwa hubungan agensi sebagai kontrak diantara satu atau lebih *principal* (pemilik perusahaan) dengan manajer (*agent*) untuk menjalankan kewenangan perusahaan atas *principal*. Teori keagenan menyangkut hubungan antara pemegang saham (*principal*) dan manajer suatu perusahaan (*agent*). *Agent* ialah pihak-pihak dari manajemen perusahaan yang menerima kontribusi dari pihak lain (*principal*).

Agen tidak selalu bertindak untuk kepentingan prinsipal, karena pihak manajemen juga menginginkan kesejahteraan untuk dirinya sendiri dengan mengorbankan kepentingan pihak lain. Adanya perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen ini menimbulkan konflik keagenan. Konflik yang timbul juga bisa dikarenakan adanya ketidakseimbangan sebuah informasi yang dimiliki oleh *agent* dan *principal* atau biasanya yang disebut dengan asimetri informasi. (Sukasih dan Sugianto, 2017). Adanya asimetri informasi ini memungkinkan manajemen melakukan kecurangan dengan memanfaatkan situasi tersebut. Manajemen dapat memanipulasi informasi demi kepentingannya sendiri, sehingga hal tersebut akan

mengganggu aktivitas perusahaan. Untuk membatasi aktivitas yang menyimpang dari agen atau manajemen, perusahaan menetapkan insentif atau biaya keagenan (*agency cost*) dengan tujuan untuk memonitoring manajemen agar tidak merugikan perusahaan. Permasalahan agensi dapat dikurangi dengan adanya mekanisme *corporate governance* yang berfungsi sebagai alat mendisiplinkan pengelola perusahaan dan sebagai mekanisme pengendali yang lebih efektif untuk menyelaraskan kepentingan pemegang saham dengan kepentingan manajemen.

4. Pengungkapan CSR

CSR adalah sebuah bentuk tindakan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dengan berbagai macam aktivitas perusahaan yang diwujudkan tidak hanya untuk mencari keuntungan semata (*profit*) namun juga memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut berperan aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Fauziah dan Asyik, 2019). Pengungkapan adalah pengeluaran informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan (Tampubolon dan Siregar, 2019). Menurut Krisna dan Suhardianto (2016), 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. Pengungkapan CSR merupakan sebuah laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan berkaitan dengan dampak sosial maupun dampak lingkungan. Dengan adanya pengungkapan CSR diharapkan dapat memenuhi kebutuhan akan informasi yang sedang dibutuhkan oleh para *stakeholder* (Sumaryono dan Asyik, 2017).

CSR dapat diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama satu tahun berjalan. Pengungkapan CSR diukur melalui *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI). CSDI diukur melalui penilaian *Global Report Initiative* (GRI) dalam *Sustainability Report* (Fauziah & Asyik, 2019). GRI merupakan sebuah organisasi yang membuat kerangka pelaporan keberlanjutan yang saat ini telah banyak digunakan oleh semua perusahaan di dunia, standar yang berpusat terhadap *Global Reporting Initiative* (GRI) membagi indikator kinerja menjadi 3 bagian yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan (*Global Reporting Initiative*, 2013), sehingga indikator tersebut menjadi pedoman perusahaan agar mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dengan menggunakan standar pengungkapan GRI tersebut (Rivandi dan Andi, 2019).

5. Profitabilitas

Profitabilitas adalah alat untuk mengukur besarnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham (Sumaryono dan Asyik, 2017). Menurut Kasmir (2017) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Apabila perusahaan mampu memenuhi target laba yang telah ditetapkan dengan menggunakan aktiva atau modal yang dimilikinya berarti perusahaan dapat dikatakan mempunyai profitabilitas yang baik (Kasmir, 2015).

Jenis profitabilitas yang sering dipakai untuk meninjau kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yaitu *Return on Asset* (ROA), *net profit margin*, *Return on Investment* (ROI), *Return on Equity* (ROE). Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan rasio *Return on Total Asset* (ROA). ROA merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu (Hanafi dan Halim, 2003).

6. Leverage

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya aset perusahaan yang dibiayai dengan utang (Yovana dan

Kadir, 2020). Menurut Trinanda dkk. (2018), *leverage* adalah alat yang digunakan mengukur seberapa besar perusahaan mempunyai ketergantungan pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan perlu mengkombinasikan pendanaannya antara modal sendiri dengan utang. *Leverage* adalah rasio yang menghitung sejauh mana dana yang telah disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap ekuitas suatu perusahaan (Sumaryono dan Asyik, 2017). *Leverage* dapat diukur menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR) dan *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to Asset Ratio* (DAR) yaitu perbandingan antara total kewajiban perusahaan dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan, sedangkan *Debt to equity ratio* (DER) yaitu perbandingan antara total kewajiban dengan total ekuitas.

7. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasi besar atau kecilnya suatu entitas (Purba dan Candradewi, 2019). Menurut Trinanda dkk. (2018), *size* perusahaan adalah variabel yang digunakan untuk menyatakan pengungkapan sosial yang dilaksanakan perusahaan didalam laporan tahunan yang dibuat. Sembiring (2005) menyatakan bahwa perusahaan yang besar akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan

media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial keuangan perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat dinilai dengan melihat total penjualan, total nilai aset, kapitalisasi pasar, dan jumlah tenaga kerja.

8. Komisaris Independen

Dewan komisaris merupakan organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasehat kepada dewan direksi (Anggraeni, 2020). Komisaris independen merupakan bagian eksternal perusahaan yang bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif dalam melaksanakan tindakan pengawasan serta memberikan saran kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan menerapkan tata kelola organisasi yang baik (Prasetya dan Sari 2022).

★ Komisaris independen diperlukan dalam memberikan pengawasan pada manajemen dan memperkenalkan pengungkapan informasi. Keputusan yang dihasilkan perusahaan akan bersifat netral apabila komisaris bersifat independent (Anggraeni, 2020). Komisaris independen diukur dengan banyaknya anggota komisaris independen dibagi dengan total keseluruhan anggota dewan komisaris.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut adalah hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan komisaris independen terhadap pengungkapan CSR

Tabel 2. 1
Hasil Penelitian terdahulu

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
1.	Rohmah, D. (2015). <i>Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen</i> , 5(2).	Variabel independen: 1. Komisaris independent 2. Ukuran perusahaan 3. Profitabilitas Variabel dependen: Pengungkapan CSR	1. Komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 3. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
2.	Trinanda, S. M., Yahdi, Y., & Rizal, N. (2018). In <i>Proceedings Progress Conference</i> (Vol. 1, No. 1, pp. 292-304).	Variabel independen: 1. Ukuran perusahaan 2. Profitabilitas 3. <i>Leverage</i> Variabel dependen: Pengungkapan CSR	1. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. 2. Profitabilitas berpengaruh secara negatif terhadap pengungkapan CSR. 3. <i>Leverage</i> berpengaruh secara negatif terhadap pengungkapan CSR.
3.	Andriany, D., Yuliandari, W. S., & Zultilisna, D. (2017). <i>eProceedings of Management</i> , 4(3).	Variabel independen: 1. Ukuran perusahaan 2. Profitabilitas 3. <i>Leverage</i> Variabel dependen: Pengungkapan CSR	1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 2. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 3. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
4.	Rofiqkoh, E., & Priyadi, M. P. (2016). <i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)</i> , 5(10).	Variabel independen: 1. Profitabilitas 2. <i>Leverage</i> 3. Ukuran perusahaan Variabel dependen: Pengungkapan CSR	1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 2. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
5.	Saputra, S. E.	Variabel independen:	1. <i>Leverage</i> berpengaruh positif

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
	(2016). <i>Journal of Economic and Education</i> , 5(1), 75-89.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Leverage</i> 2. Profitabilitas 3. Ukuran perusahaan Variabel dependen: Pengungkapan CSR	<ol style="list-style-type: none"> 1. terhadap pengungkapan CSR 2. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 3. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR
6.	Herdi, F., & Erinoss, N. R. (2020). <i>Jurnal Eksplorasi Akuntansi</i> , 2(1), 2428-2444.	Variabel independen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas 2. <i>Leverage</i> 3. Komisaris independent Variabel dependen: Pengungkapan CSR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 2. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR 3. Komisaris independent berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
7.	Wahyuningsih, A., & Mahdar, N. M. (2018). <i>Jurnal Bisnis dan komunikasi</i> , 5(1), 27-36.	Variabel independen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan 2. <i>Leverage</i> 3. Profitabilitas Variabel dependen: Pengungkapan CSR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 2. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 3. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
8.	Yanti, N. W. S. E., Mahaputra, I. N. K. A., & Sudiartana, I. M. (2020). <i>Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)</i> , 2(3).	Variabel independen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan 2. <i>Leverage</i> 3. Profitabilitas Variabel dependen: Pengungkapan CSR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 2. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 3. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
9.	Prasetya, W., & Sari, D. P. (2022). <i>Jurnal Pendidikan Tambusai</i> , 6(1), 3391-3399.	Variabel independen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan 2. Komisaris independent Variabel dependen: Pengungkapan CSR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 2. Komisaris independent berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
10.	Kalsum, U. (2021). <i>International Journal of Business Economics (IJBE)</i> , 2(2), 113-120.	Variabel independen: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Leverage</i> 2. Ukuran perusahaan 3. Profitabilitas Variabel dependen: Pengungkapan CSR	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. 3. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
11.	Wahyudi, S. <i>Jurnal Bisnis Strategi</i> , 27(2), 2018.	Variabel independen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan 2. Profitabilitas 3. <i>Leverage</i> Variabel dependen: Pengungkapan CSR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. 3. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
			terhadap pengungkapan CSR.
12.	Hermawan, A., & Gunardi, A. (2019). <i>Entrepreneurship and Sustainability Issues</i> , 6(3), 1297.	Variabel independen: 1. Profitabilitas 2. <i>Leverage</i> 3. Komisaris independen Variabel dependen: Pengungkapan CSR	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 2. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR 3. Komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
13.	Yovana, D. G., & Kadir, A. (2020). <i>Jurnal Manajemen dan Akuntansi</i> , 21(1).	Variabel independen: 1. Ukuran perusahaan 2. <i>Leverage</i> 3. Profitabilitas Variabel dependen: Pengungkapan CSR	1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 2. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR 3. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
14.	Siregar, D. A., & Tampubolon, E. G. (2019). <i>Jurnal Maneksi</i> , 8(2), 223-229.	Variabel independen: 1. Profitabilitas 2. Ukuran perusahaan Variabel dependen: Pengungkapan CSR	1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
15.	Sumaryono, A., & Asyik, N. F. (2017). <i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)</i> , 6(8).	Variabel independen: 1. Ukuran perusahaan 2. Profitabilitas 3. <i>Leverage</i> Variabel dependen: Pengungkapan CSR	1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 2. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 3. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
16.	Abbas, D. S., Hakim, M. Z., & Istianah, N. (2019). <i>Competitive Jurnal Akuntansi Dan Keuangan</i> , 3(2), 1-25.	Variabel independen: 1. Profitabilitas 2. Ukuran perusahaan 3. <i>Leverage</i> Variabel dependen: Pengungkapan CSR	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 3. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
17.	Fauziah, I., & Asyik, N. F. (2019). <i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)</i> , 8(3).	Variabel independen: 1. Profitabilitas 2. <i>Leverage</i> 3. Ukuran perusahaan Variabel dependen: Pengungkapan CSR	1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
18.	Amilia, S. D., & Andayani, A. (2019). <i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)</i> , 8(11).	Variabel independen: 1. Profitabilitas 2. <i>Leverage</i> 3. Ukuran perusahaan Variabel dependen: Pengungkapan CSR	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 2. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR 3. Ukuran perusahaan

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
			berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
19.	Asiah, N., & Muniruddin, S. (2018). <i>Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi</i> , 3(2), 265-275.	Variabel independen: 1. Ukuran perusahaan 2. Komisaris independen Variabel dependen: Pengungkapan CSR	1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 2. Komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
20.	Anggraeni, N. (2020). <i>E-Jurnal Akuntansi</i> , 30(7), 1827-1842.	Variabel independen: Komisaris independen Variabel dependen: Pengungkapan CSR	Komisaris independen berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR
21.	Yuliani, Y. (2019). <i>Jurnal ilmiah manajemen</i> , 3(1).	Variabel independen: 1. Komisaris independen 2. Ukuran perusahaan Variabel dependen: Pengungkapan CSR	1. Komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
22.	Widyastari, N. K. W., & Sari, M. M. R. (2018). <i>E-Jurnal Akuntansi</i> , 22(3), 1826-1856.	Variabel independen: 1. Ukuran perusahaan 2. Komisaris independen Variabel dependen: Pengungkapan CSR	1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 2. Komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

C. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham (Tampubolon dan Siregar, 2019). Profitabilitas dapat mempengaruhi pengungkapan CSR karena perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan mengungkapkan informasi CSR yang lebih luas. Hal ini disebabkan aktivitas CSR dinilai sebagai langkah strategis untuk jangka panjang yang akan mendatangkan hasil yang positif bagi perusahaan (Rohmah, 2015).

Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Asset* (ROA) dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atas total aset yang dimiliki. Rasio ini mengukur tingkat pengembalian investasi yang dilakukan perusahaan dengan seluruh aktiva yang dimiliki, sehingga semakin tinggi ROA maka semakin tinggi perusahaan memperoleh keuntungan (Fauziah & Asyik, 2019). Teori legitimasi juga menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin besar tingkat pengungkapan CSR untuk menggambarkan kinerja perusahaan sehingga perusahaan dapat diterima oleh masyarakat (Rofiqkoh dan Priyadi 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Ayu & Suarjaya (2017), Herdi & Erinoss (2020), Kalsum (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik hipotesis, yaitu:

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2. Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan CSR

Leverage adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjang dan memberikan gambaran mengenai struktur modal sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang (Herdi dan Erinoss, 2020). *Leverage* adalah rasio yang menghitung sejauh mana dana yang telah disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap ekuitas suatu perusahaan (Sumaryono dan Asyik, 2017). Perusahaan yang

memiliki tingkat *leverage* lebih tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih banyak salah satunya adalah dengan mengungkapkan CSR. Teori *stakeholder* memprediksi bahwa perusahaan dengan *leverage* tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi. Sehingga, perusahaan dengan *leverage* tinggi cenderung mengungkapkan CSR lebih luas dibandingkan perusahaan yang memiliki *leverage* rendah (Husaini & Trinesia, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Andriany dkk. (2017), Wahyudi (2018), Yanti dkk. (2021) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Menurut Saputra (2016), semakin besar komposisi aliran dana yang bersumber dari hutang akan mendorong peningkatan jumlah pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik hipotesis, yaitu:

H₂: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan adalah tingkat identifikasi besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan variabel yang digunakan untuk menyatakan pengungkapan sosial yang dilaksanakan perusahaan didalam laporan tahunan yang dibuat (Trinanda dkk., 2018). Perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih luas dibandingkan perusahaan yang lebih kecil (Yovana dan Kadir, 2020). Perusahaan yang lebih besar kemungkinan akan memiliki pemegang saham yang selalu memperhatikan program sosial yang dibuat oleh

perusahaan dan yang sudah tercantum didalam laporan keuangan tahunan, dimana laporan keuangan tahunan tersebut merupakan salah satu media untuk menyebarkan informasi mengenai performa perusahaan serta menyebarkan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (Sumaryono & Asyik, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Rofiqoh & Priyadi (2016), Sumaryono & Asyik (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik hipotesis, yaitu:

H₃: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

4. Pengaruh Komisaris Independen terhadap Pengungkapan CSR

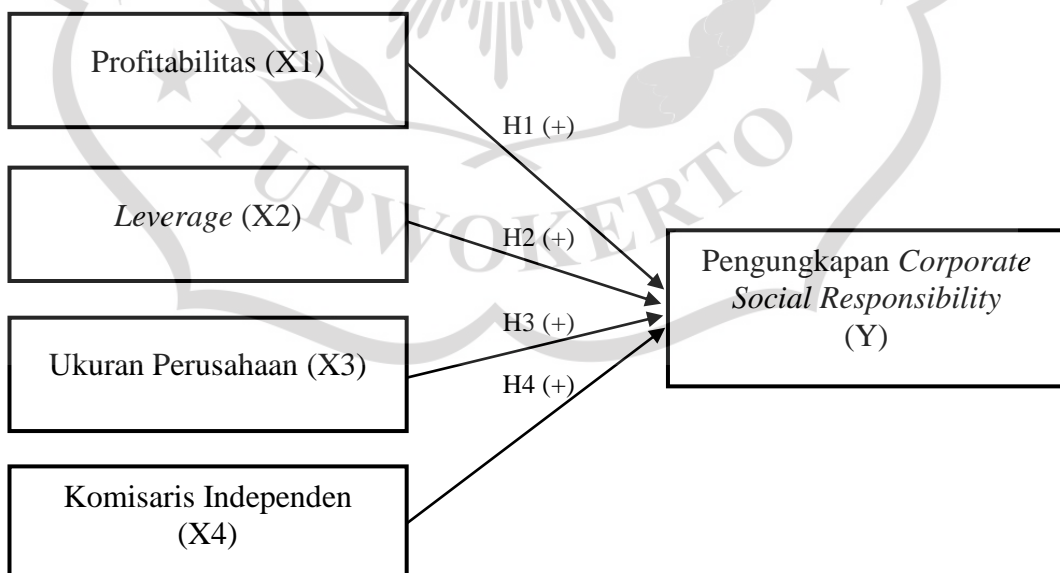
Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata untuk kepentingan perseroan (Asiah dan Muniruddin, 2018). Tidak adanya hubungan bisnis ataupun hubungan lainnya dengan perusahaan membuat dewan komisaris independen akan bertindak objektif dan bersifat netral terhadap seluruh kebijakan yang dibuat manajemen perusahaan. Komisaris independen dapat mempengaruhi pengungkapan CSR karena komisaris berpegang pada prinsip keseimbangan untuk

membuat perusahaan terus mempunyai keberlanjutan jangka panjang. Peningkatan yang terjadi pada komposisi dewan komisaris independen dalam struktur perusahaan maka perusahaan akan lebih memperdulikan pengungkapan CSRnya (Herdi dan Erinos, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliani (2019), Hermawan dan Gunardi (2019) menunjukkan bahwa komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik hipotesis, yaitu:

H₄: Komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Berdasarkan penjelasan tersebut, kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis dapat digambarkan seperti gambar 2.1.



Gambar 2.1 Kerangka Pikiran Penelitian