

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

Pada penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2017 membutuhkan teori sebagai berikut :

##### 1. Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. *Stakeholder* merupakan kelompok maupun individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh proses pencapaian tujuan suatu organisasi. Jadi, keberadaannya sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajer korporasi mengerti lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif di antara keberadaan hubungan-hubungan lingkungan perusahaan mereka. Namun demikian, tujuan yang lebih luas dari teori *stakeholder* adalah untuk menolong manajer korporasi dalam meningkatkan nilai dari dampak

aktifitas-aktifitas mereka, dan meminimalkan kerugian-kerugian bagi *stakeholder*. (Rokhlinasari, 2016)

## **2. Teori Legitimasi**

Teori Legitimasi adalah teori yang dapat menjadikan dasar pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Karena teori legitimasi ini dipandang sebagai *perspective orientation system*, yaitu perusahaan dapat mempengaruhi maupun dipengaruhi oleh komunitas dimana perusahaan melakukan kegiatannya. Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan menjalankan setiap aktivitasnya. (Rahmatullah, 2018)

## **3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

### **a. Definisi *Corporate Social Responsibility***

Tanggung jawab sosial atau pengungkapan *corporate social responsibility* adalah suatu kewajiban perusahaan yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa, baik bagi masyarakat maupun dalam mempertahankan kualitas lingkungan sosialnya secara fisik maupun memberikan kontribusi secara positif terhadap kesejahteraan masyarakat dimana mereka beroperasi. (Maulani, 2017). Fenomena ini sedang berkembang dan menuntut perubahan tatanan kehidupan baru dalam berbagai bidang mulai politik, ekonomi, sosial, dan budaya. Kecenderungan tersebut terus menjadi agenda perubahan besar masyarakat

dan memunculkan berbagai opini publik didalam sistem sosial kemasyarakatan yang mengharapkan lebih adil dan memberi peluang untuk mewujudkan kesejahteraan bersama yang berkelanjutan (*sustainable development*) (Kartikasari, 2011 dalam Maulani, 2017).

*Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya didalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Praktek pelaporan aktifitas tanggungjawab sosial dan lingkungan yang diungkapkan melalui *sustainable report* membutuhkan pedoman. Pedoman yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan GRI (Global Reporting Initiative). Standar GRI dipilih karena lebih fokus pada standar pengungkapan lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. (GRI diakses 24 Oktober 2018).

Didalam penelitian ini menggunakan pedoman GRI versi ke-4 (GRI-G4). Pada versi ke-4 ini meliputi beberapa kategori, diantaranya kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial.

#### 1) Kategori ekonomi

Terdiri dari aspek kinerja ekonomi, keberadaan dipasar, dampak ekonomi tidak langsung, dan praktik pengadaan.

## 2) Kategori lingkungan

Terdiri dari aspek bahan, energi, air, keanekaragaman hayati, emisi, efluen dan limbah, produk dan jasa, kepatuhan, transportasi, lain-lain, asesmen pemasok atas lingkungan, mekanisme pengaduan masalah lingkungan.

## 3) Kategori sosial

Meliputi aspek kepegawaian, hubungan industrial, pelatihan dan pendidikan, keberagaman dan kesetaraan peluang, kesetaraan remunerasi perempuan dan laki-laki, asesmen pemasok atas praktik ketenagakerjaan, mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan.

### **b. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah jumlah aktiva (aktiva tetap tak berwujud dan aktiva lain-lain), jumlah penjualan, atau jumlah tenaga kerja yang dimiliki perusahaan sampai akhir periode pelaporan keuangan (Sembiring, 2005 dalam Bustan dan H.Mohammad, 2016).

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Berkembang suatu fenomena bahwa pengaruh total aktiva (proksi dari ukuran perusahaan) hampir selalu konsisten dan secara signifikan berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan.

### c. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang dapat diukur dengan perbandingan antar total penjual dikurang harga pokok penjualan dengan total penjual (*gross profit margin ratio*), perbandingan antara laba operasi sebelum pajak dengan total penjualan (*operating profit margin ratio*), perbandingan antara total harga pokok penjualan, biaya administrasi dan penyusutan dengan total penjualan (*operating cost ratio*), perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total aktiva (*return on assets*) (Sjahrial, 2007). Analisis ROA mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut. (Hanafi, dan Halim, 2016)

### d. Leverage

*Leverage* merupakan rasio yang digunakan didalam mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktiva. Dalam arti luas bahwa ratio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (likuidasi). Menurut Fahmi (2011), penggunaan hutang yang terlalu tinggi dapat membahayakan keuangan perusahaan karena perusahaan akan masuk

dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Karena itu perusahaan sebaiknya harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang.

## B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan hasil penelitian terdahulu.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sunaryo dan Mahfud (2016)	Pengaruh <i>size</i> , profitabilitas, <i>leverage</i> dan umur terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan	<p>Ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR.</p> <p>Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR</p> <p><i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>Umur perusahaan tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR.</p>
2.	Sudarmanto dan Muhammad. (2015)	Analisis pengaruh profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i>	<p>Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D)</i></p> <p><i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D)</i></p> <p>Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D)</i></p>

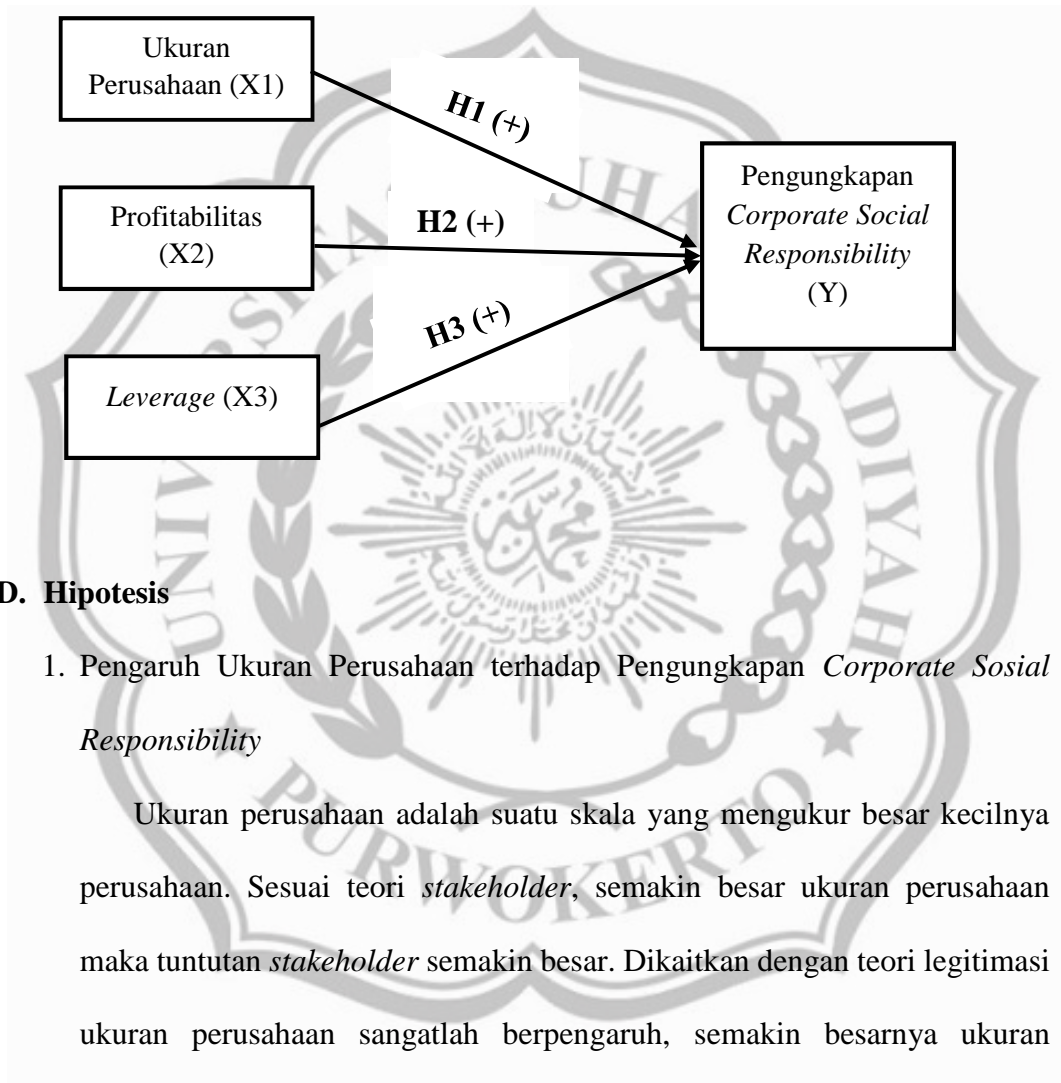
3.	Nasir, Kurnia, dan Hakri (2013)	Pengaruh kepemilikan manajerial, <i>leverage</i> , profitabilitas, ukuran, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan pada perusahaan <i>food bavarage</i> yang terdaftar di bei	<p>Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan</p> <p><i>Leverage</i> berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan</p> <p>Profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan</p> <p>Ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan</p> <p>Umur perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan</p>
4.	Dewi (2015)	Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	<p>Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial</p> <p>Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan sosial</p> <p><i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sosial</p>
5.	Sha (2014)	Pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan <i>leverage</i> terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	<p>Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan</p> <p>Ukuran dewan komisaris tidak mempunyai pengaruh yang</p>

			<p>signifikan terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan</p> <p>Profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan</p> <p><i>Leverage</i> tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan</p>
6.	Setianingsih dan Setyadi (2014)	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap CSRD Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI (2010-2013)	<p>Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan</p> <p>Profitabilitas tidak mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</p> <p><i>Leverage</i> perusahaan tidak mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</p>

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran didalam penelitian ini menunjukkan pengaruh dari setiap variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*. Variabel dependen adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Kerangka pemikiran teoritis didalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



#### D. Hipotesis

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang mengukur besar kecilnya perusahaan. Sesuai teori *stakeholder*, semakin besar ukuran perusahaan maka tuntutan *stakeholder* semakin besar. Dikaitkan dengan teori legitimasi ukuran perusahaan sangatlah berpengaruh, semakin besarnya ukuran perusahaan dipengaruhi oleh sumber daya manusia yang baik, maka perusahaan akan bersentuhan langsung dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan menjalankan setiap aktifitasnya. Penelitian mengenai ukuran perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

yang dilakukan oleh Sudarmanto dan Muhammad (2015), Setianingsih dan Setyadi (2014), Sha (2014) ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

H1: ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR

## 2. Pengaruh profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan *Return On Asset (ROA)*. ROA adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total. Rasio ini merupakan rasio penting didalam mengungkapkan profitabilitas suatu perusahaan. *Return on asset* adalah ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan aktiva yang dimilikinya. Berdasar pada teori *stakeholder* semakin tinggi perusahaan berhasil meraih profitabilitas, maka perusahaan akan lebih baik karena saling berkaitan antara pimpinan perusahaan dengan *stakeholder* disekitarnya. Dengan berhasilnya perusahaan meraih profitabilitas yang tinggi, maka sesuai teori legitimasi perusahaan akan lebih mendekati diri kepada masyarakat dan lingkungannya. Dengan nilai profitabilitas yang tinggi maka perusahaan

akan lebih banyak melaporkan *customer social responsibility* dari pada perusahaan yang menghasilkan nilai profitabilitas rendah.

Menurut penelitian Sha (2014), Sudarmanto dan Muhammad (2015), Sunaryo dan Mahfud (2016), menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*.

H2: profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR.

### 3. Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

*Leverage* dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam pembiayaan kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga cerminan tingkat resiko keuangan perusahaan. Penelitian ini menggunakan pengukur *leverage* dengan proksi *Debt of Equity Ratio (DER)*. Dilihat dari teori legitimasi, jika tingkat *leverage* sebuah perusahaan berada di kategori baik maka tingkat pengungkapan CSR juga baik. Jika perusahaan mampu mengendalikan utangnya maka perusahaan mampu menyampaikan *corporate social responsibility*. Menurut penelitian Nasir, Kurnia, dan Hakri (2013), Setyaningsih dan Setyadi (2014), Dewi (2015) menemukan *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H3: *leverage* berpengaruh positif terhadap CSR.