

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

#### A. Landasan Teori

##### 1. Teori Stakeholder

Stakeholder adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, yang kompleks dan dinamis dan saling mempengaruhi antara keduanya. Teori ini dimulai dengan asumsi bahwa nilai secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha (Freeman, 2004).

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberi manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keadaan suatu perusahaan sangat di pengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut (Ghozali & Chariri, 2007).

Deegan (2004) menyatakan bahwa *stakeholder theory* adalah Teori yang menyatakan bahwa semua stakeholder mempunyai hak memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka. Para stakeholder juga dapat memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan tidak dapat memainkan peran secara langsung dalam suatu perusahaan.

Teori Stakeholder Freeman (1984) mendefinisikan stakeholder seperti sebuah kelompok atau individual yang dapat memberi dampak atau terkena dampak oleh hasil tujuan perusahaan. *Stakeholders* adalah para pemangku kepentingan, yaitu pihak atau kelompok yang berkepentingan, baik langsung maupun tidak langsung, terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan, dan karenanya kelompok tersebut

mempengaruhi atau di pengaruhi oleh perusahaan. *Stakeholder* termasuk di dalamnya yaitu *stockholder, creditors, employess, customers, suppliers, public interest groups,* dan *governmental bodies* (Roberts, 1992). *Stakeholder teory* pada dasarnya merupakan pendekatan berbasis tekanan pasar (*marke forces approach*), dimana penyediaan atau penarikan atas sumber ekonomi akan menentukan tipe pengungkapan sosial dan lingkungan pada titik waktu tertentu. Mereka yakin bahwa *Stakeholder theory* mengabaikan pengaruh masyarakat luas terhadap penyediaan informasi dalam pelaporan keuangan termasuk keberadaan hukum dan regulasi menghendaki adanya pengungkapan informasi tertentu. Teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial sebagai upaya untuk memenuhi harapan atau permintaan stakeholder . Namun demikian perusahaan tetap melakukan identifikasi atas stakeholder, yang mana memiliki pengaruh lebih besar dapat mengganggu kelangusngan hidup perusahaan jika harapannya tidak terpenuhi, maka pengungkapan akan dilakukan oleh stakeholders tersebut.

## **2. Teori Legitimasi**

Teori legitimasi merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik (Gray, Kouhy dan Lavers; 1994). menggambarkan legitimasi sebagai akar dari kesesuaian antara organisasi dengan lingkungan budayanya. Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas atau sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995).

Teori legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan system norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang di kembangkan secara social (Suchman, 1995). Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan. Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat (Ahmad dan Sulaiman, 2004). Legitimasi mengatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat dimana mereka berada. Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995). Ghazali, Imam dan Anis Chairi (2007) menyatakan bahwa yang mendasari teori legitimasi adalah kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Pada dasarnya pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Tujuan akhir pengungkapan sosial perusahaan adalah untuk menunjang tujuan utama perusahaan dalam usaha mendapatkan profit maksimum. Lebih jauh lagi legitimasi ini akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut.

### **3. Corporate Social Responsibility (CSR)**

Masyarakat pada umumnya memiliki harapan tertentu pada perusahaan pertambangan terkait dengan tanggung jawabnya atas lingkungan sosial yaitu dengan melakukan pembenahan sistem operasi perusahaan yang tadinya tidak menghiraukan kepedulian dan tanggung jawab sosial menjadi sistem operasi yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab sosial yang kuat. Masyarakat berharap perusahaan memiliki kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar. Perusahaan pertambangan memiliki kewajiban sosial untuk memenuhi harapan tersebut, mengingat perusahaan pertambangan hadir ditengah masyarakat dan mengelola sumber daya alam yang ada disekitarnya (Setiawan, 2013).

Menurut Darwin (2004) mengartikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Dari berbagai macam definisi di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan adalah suatu bentuk perwujudan komitmen perusahaan untuk mensejahterakan masyarakat atas dasar kesadaran bahwa perusahaan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat. *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu konsep terintegrasi yang menggabungkan aspek bisnis dan sosial

dengan selaras agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan *stakeholders*, serta dapat mencapai profit maksimum sehingga dapat meningkatkan harga saham (Resturiyani, 2012). Konsep *Corporate Social Responsibility* diartikan bahwa perusahaan dengan sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan interaksi mereka dengan *stakeholders*. Sehingga secara tidak langsung konsep ini dapat membangun citra positif bagi perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* merupakan suatu konsep atau program yang dimiliki oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Keberlangsungan dapat dicapai dengan lahirnya suatu konsep yang dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility*

Rumus untuk menghitung Corporate Social Responsibility adalah sebagai berikut:

$$\text{CSR} = \frac{\text{Jumlah Item yang di ungkapkan}}{91 \text{ Item Pengungkapan}} \times 100\%$$

#### **4. Rasio Keuangan**

Menurut Kasmir (2012), Rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Beberapa manfaat rasio keuangan bagi manajemen perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Membantu menganalisis tren kinerja sebuah perusahaan.
2. Membantu para stakeholder untuk membandingkan hasil keuangan suatu perusahaan dengan pesaingnya.
3. Membantu manajemen, kreditur dan investor untuk mengambil keputusan.
4. Dapat menunjukkan letak permasalahan keuangan perusahaan serta kekuatan dan kelemahannya.

## 5. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hendriksen dan Widjant (1991:203) dalam Agustine (2014) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*). Konsep pelaporan CSR digagas dalam *Global Reporting Initiative* (GRI). Dalam *GRI Guidelines* disebutkan bahwa perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian *standart disclosures*.

Tiga dimensi tersebut kemudian diperluas menjadi enam dimensi, yaitu ekonomi, sosial, lingkungan, praktek tenaga kerja, masyarakat, dan tanggungjawab produk, dimana didalamnya terdapat penjelasan sejumlah 78 item. Konsep CSR akhir-akhir ini telah berkembang dengan cepat dalam lingkungan bisnis perusahaan baik ditingkat global maupun dalam negeri, sehingga memaksa *stakeholder* perusahaan melakukan praktik CSR.

*Corporate Social Responsibility* juga sering dianggap sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan yang berkaitan dengan kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Artinya CSR bukan lagi dilihat sebagai biaya (*cost*), melainkan laba (*profit*) di masa mendatang. Praktik CSR di Indonesia sangat tepa t dilakukan mengingat kondisi perekonomian yang masih tergolong rendah. Oleh karena itu, perlu kolaborasi yang integratif antara pemerintah, masyarakat dan para pelaku bisnis sendiri untuk meningkatkan kepedulian sosial yang tinggi untuk mewujudkan kehidupan yang lebih baik dan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Gray, Owen, dan Maunders (1988) tujuan Pengungkapan *Corporate social Responsibility* adalah :

- a) Untuk meningkatkan image perusahaan.
- b) Untuk meningkatkan akuntabilitas suatu organisasi, dengan asumsi bahwa terdapat kontrak sosial antara organisasi dengan masyarakat.
- c) Untuk memberikan informasi kepada investor.

Sedangkan menurut Zedex (1998:1426), alasan perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah :

- a) Untuk memahami apakah perusahaan telah mencoba mencapai kinerja sosial terbaik sesuai yang diharapkan.
- b) Untuk mengetahui apa yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan kinerja sosial.
- c) Untuk memahami implikasi dari apa yang dilakukan perusahaan tersebut.

Darrough (1993) mengemukakan ada dua jenis pengungkapan dalam hubungannya dengan persyaratan yang ditetapkan standar, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) adalah pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh lembaga yang berwenang (Pajak, Undang-Undang, SAK, maupun BAPEPAM). Jika perusahaan tidak bersedia untuk mengungkapkan informasi secara sukarela, pengungkapan wajib akan memaksa perusahaan untuk mengungkapkannya. Sedangkan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) adalah pengungkapan butir-butir yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan, mencakup lingkungan, energi, kesehatan kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum Hackson dan Milne (1996) Untuk mengukur pengungkapan CSR berdasarkan Indikator-indikator menurut Sembiring (2005) sebagai berikut :

- a) Lingkungan.

- b) Energi.
- c) Kesehatan dan Keselamatan Kerja.
- d) Lain-lain Tenaga Kerja.
- e) Produk.
- f) Keterlibatan Masyarakat.
- g) Umum.

## **6. Profitabilitas.**

Menurut Agus Sartono (2010) definisi rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini.

Menurut Kasmir (2014:115) definisi rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi.

Profit atau laba selalu dijadikan tujuan dari suatu perusahaan. Laba sering diartikan dengan efisiensi dan efektivitas unit organisasi dalam memanfaatkan sumber daya perusahaan. Di lain pihak ada yang berpendapat bahwa laba yang tinggi tidak selalu merupakan ukuran keberhasilan perusahaan. Mereka pada umumnya tertarik pada tingkat kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan profit disebut profitabilitas. Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang. Dengan demikian setiap

badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin.

Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Ininya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. dalam penelitian ini ukuran rasio profitabilitas yang dipergunakan adalah ROA yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan aset yang berarti semakin baik. Permasari (2010) menyatakan ROA adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Pemilihan *Return on Asset* (ROA) sebagai ukuran rasio profitabilitas disini dengan beberapa alasan yaitu (Batubara, 2005)

- a) Rasio ini merupakan ukuran keseluruhan keefektifan manajemen dalam menghasilkan laba dengan aktiva yang tersedia disebut juga hasil atas investasi.
- b) Rasio ini dapat menilai kemampuan perusahaan untuk menggunakan rata-rata asset-nya dalam menghasilkan profit.
- c) Rasio ini dapat menunjukkan *return* yang diterima oleh pemilik modal dimana untuk mengukur return ini adalah laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aktiva.

Rumus untuk menghitung Profitabilitas adalah sebagai berikut:

Laba bersih setelah pajak

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

## Jumlah Aset

### **7. Dewan Komisaris Independen.**

Dewan komisaris independen adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi (Agoes dan Ardana, 2014). Jumlah dewan komisaris dalam suatu perusahaan yang semakin banyak menandakan bahwa dewan komisaris independen melakukan fungsi pengawasan dan koordinasi dalam perusahaan yang semakin baik, Dewan komisaris memegang peranan penting dalam perusahaan terutama dalam pelaksanaan GCG (KNKG, 2006). Tuntutan akan transparansi dan independensi terlihat dari adanya tuntutan agar perusahaan memiliki lebih banyak komisaris independen yang mengawasi tindakan-tindakan para eksekutif (Lastanti, 2004). Dewan (komisaris) dapat memberikan konsultasi dan nasehat kepada manajemen dan direksi.

Pengaruh Dewan Komisaris Independen terhadap Tingkat Kepatuhan Pengungkapan Transaksi Berelasi berdasarkan PSAK 7 Dewan komisaris bertanggung jawab untuk memastikan bahwa perusahaan melaksanakan *good corporate governance*. Komisaris Independen sebagai bagian dari dewan komisaris memiliki tugas sentral dalam membantu dewan memenuhi fungsi pengawasan transaksi berelasi. Sebagai perwakilan dari para stakeholder, komisaris independen diharapkan dapat memastikan tidak ada informasi yang disembunyikan 29 dalam pelaporan keuangan dan dapat mendorong tingkat pengungkapan transaksi berelasi perusahaan. Dalam penelitian Mizdareta (2015) menghasilkan kesimpulan bahwa komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam penelitian ini, akan diteliti apakah komisaris independen

juga dapat mempengaruhi pengungkapan transaksi berelasi sesuai dengan PSAK nomor 7 tahun 2015.

Rumus untuk menghitung Dewan Komisaris Independen adalah sebagai berikut:

$$\text{DKI} = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Dewan Komisaris}} \times 100\%$$

## **8. Komite Audit.**

Menurut (Amin, 2008) Komite Audit adalah sekelompok orang yang dipilih dari dewan komisaris perusahaan yang bertanggungjawab untuk membantu auditor dalam mempertahankan independensinya dari manajemen. Dalam lampiran surat keputusan dewan direksi PT. Bursa Efek Jakarta No. Kep-315/BEJ/06-2000 point 2f, peraturan tentang pembentukan komite audit disebutkan bahwa “komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris Perusahaan tercatat yang anggotanya diangkat dan dihentikan oleh dewan komisaris perusahaan Tercatat melakukan pemeriksaan atau penelitian yang dianggap perlu terhadap pelaksanaan fungsi direksi dalam pengelolaan Perusahaan Tercatat”. Jika kualitas dan karakteristik komite audit tercapai, maka transparansi pertanggungjawaban manajemen perusahaan dapat dipercaya, sehingga akan meningkatkan kepercayaan para pelaku pasar modal, selain itu tanggungjawab komite audit dalam melindungi kepentingan pemegang saham minoritas dapat meyakinkan investor untuk mempercayakan investasinya terhadap perusahaan.

Pengaruh Komite Audit terhadap Tingkat Kepatuhan Pengungkapan Transaksi Berelasi berdasarkan PSAK 7 Komite audit merupakan komite yang dibuat untuk membantu dewan komisaris dalam memonitor proses pelaporan keuangan oleh manajemen guna meningkatkan kredibilitas laporan keuangan. Selain tugas tersebut, komite audit juga merupakan salah satu tokoh dalam perusahaan yang memiliki peran penting dalam menciptakan good corporate governance bagi perusahaan. Dalam penelitian Ahmad (2017) menemukan bahwa komite audit dapat secara signifikan memengaruhi keselarasan laporan tahunan dengan kerangka integrated reporting. Dalam penelitian ini akan diteliti apakah komite audit juga dapat berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan penungkapan transaksi berelasi berdasarkan PSAK nomor 7 tahun 2015.

Rumus untuk menghitung Komite Audit adalah sebagai berikut: Komite Audit = 3 ( berapa jumlah seluruh Komite Audit)

## **9. Leverage**

*Leverage* dapat didefinisikan sebagai penggunaan aktiva atau dana dimana untuk penggunaan tersebut perusahaan harus menutup biaya tetap atau membayar beban tetap (Riyanto, 1996). Perusahaan dalam menjalankan usahanya memperoleh dana dari pihak eksternal, salah satunya yaitu dengan utang. Utang digunakan oleh perusahaan dalam ekspansi bisnisnya, karena dana internal biasanya tidak mencukupi. Perusahaan yang memiliki tingkat leverage tinggi akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan.

Weston dan Brigham (1990), dimana mereka mendefinisikan *leverage* keuangan adalah suatu ukuran yang menunjukkan sampai sejauh mana sekuritas berbeban tetap (utang dan saham preferen) digunakan dalam struktur modal perusahaan. Menurut Howton (2005) perusahaan *leverage* mempunyai peluang

investasi yang tidak menguntungkan serta arus kas bebas tinggi. Dengan membedakan perusahaan yang pembayaran devidennya tinggi dengan yang rendah, dikatakan bahwa perusahaan yang pembayaran devidennya rendah mempengaruhi harga saham secara positif pada pengumuman penawaran hutang. Kebijakan hutang dinyatakan dalam rasio *leverage*. Rozeff (2005) menyatakan bahwa perusahaan yang *leverage* operasi atau keuangannya tinggi akan memberikan dividen yang rendah. Pernyataan sesuai dengan pandangan bahwa perusahaan yang beresiko akan membayar devidennya rendah, dengan maksud untuk mengurangi ketergantungan akan pendanaan secara eksternal.

Menurut J.Fred Weston dan Thomas (1997:19), *financial leverage* adalah cara bagaimana perusahaan membiayai aktivitasnya. Konsep *financial leverage* adalah rasio antara nilai buku seluruh hutang (debt) terhadap total aktiva (total asset). *Financial Leverage* ini diasumsikan bahwa dividen untuk pemegang saham preferen selalu dibayar dalam periode. Asumsi ini diperlukan karena tujuan utama dari *financial leverage* ini adalah mengetahui beberapa jumlah uang yang sesungguhnya tersedia bagi pemegang saham biasa setelah bunga dan dividen untuk saham preferen dibayarkan. Menurut Fama dan French (2002, menekankan bahwa banyak variabel yang menentukan *leverage* dalam pengujian *pecking order*, variabel yang menentukan *leverage* adalah pengukuran dan pertumbuhan perusahaan.

Cahyaningtyas (2018), Ratna & Mardi (2018), Yusuf (2017) dan Badjuri (2011) menemukan *Leverage* berpengaruh terhadap CSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan yang terdaftar di BEI.

Rumus yang digunakan untuk menghitung Leverage adalah sebagai berikut:

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Jumlah Liabilitas}}{\text{Jumlah Asset}} \times 100\%$$

## B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR sebagaimana Tabel II.1. Hasil dari penelitian-penelitian tersebut digunakan sebagai referensi dan perbandingan dalam penelitian ini.

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

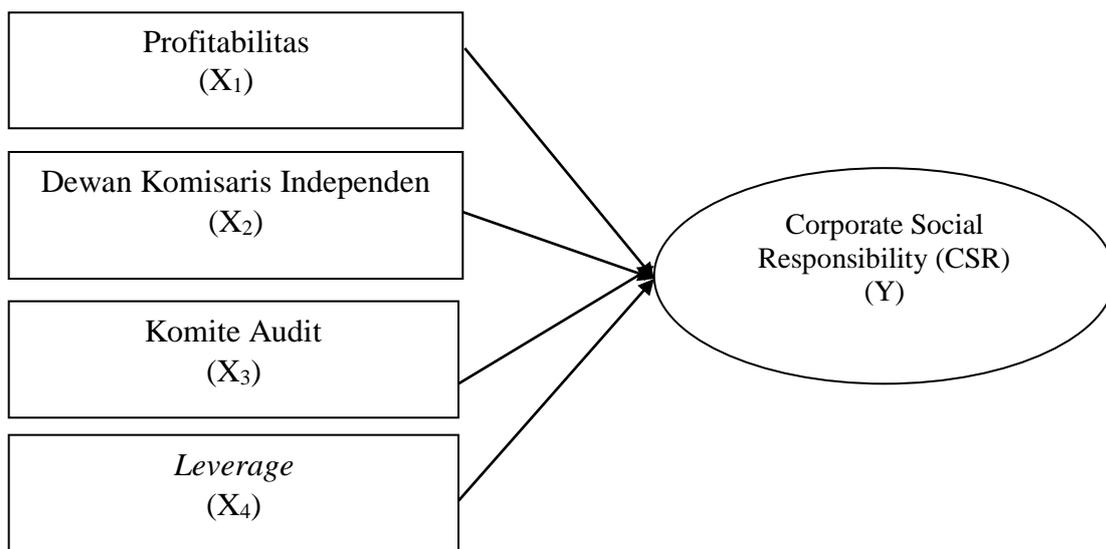
No	Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Ahmad Kamil, Antonius Herusetya (2012)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Metode Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari empat ukuran karakteristik entitas, yang diwakili oleh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas dan Ukuran Perusahaan, hanya Ukuran Perusahaan yang berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR pada pelaporan keuangan perusahaan public di BEI.
2	Dara Nida Utamie (2018)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi CSR pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI	Metode Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Komite audit, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap CSR Sedangkan <i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap CSR. Namun secara simultan komite audit, profitabilitas, ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh positif signifikan terhadap CSR.
3	Angga Fahrizqi (2010)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan	Metode penelitian kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik dan Pengungkapan CSR sebagai bidang cakupan

		Corporate Social Responsibility dalam Laporan Tahunan Perusahaan		akuntansi di pengaruhi secara signifikan oleh ukuran perusahaan dan profitabilitas perusahaan. Faktor-faktor yang lain diteliti dalam penelitian ini seperti <i>leverage</i> dan ukuran dewan komisaris tidak mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.
4	Hery Ardian (2013)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan pada seluruh Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010	Metode penelitian kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan dan perusahaan BUMN berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab social dan lingkungan perusahaan. Di lain pihak, <i>leverage</i> dan profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab social dan lingkungan perusahaan.
5	Jayanti Purnasiwi (2011)	Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Metode Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> berpengaruh secara signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan yang terdaftar di BEI. Secara parsial Size dan Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan Profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Pengungkapan CSR perusahaan.
6	Maria Wijaya (2012)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2010	Metode Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab social, tetapi untuk meningkatkan ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan kinerja lingkungan tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.
7	Muhammad Rijalus Sholihin, Harnovinsah, Yoosita Aulia (2018)	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek	Metode penelitian kuantitatif	Hasil penelitian ini menemukan bahwa Variabel Kepemilikan Institusi, Dewan Komisaris Independen, Komite Audit, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).

Persamaan dalam penelitian terdahulu dan penelitian ini adalah menggunakan variabel Profitabilitas, Dewan Komisaris Independen, Komite Audit (Nida 2018) dan (Ardian 2003) sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini ditambahkan variabel *Leverage* (Purnasiwi 2011).

### C. Kerangka Konseptual.

Kerangka konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



**Gambar II.1**

### **Kerangka Konseptual**

Sumber : Nida (2018), Ardian (2013), Purnasiwi (2011)

### D. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya dengan melakukan penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah,

rumusan masalah, landasan teori dan kerangka konseptual maka dihasilkan hipotesis sebagai berikut :

### **1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Menurut Heinze dalam Hackston dan Milne (1976) Profitabilitas merupakan faktor yang dapat membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan tersebut dan ketika tingkat profitabilitas rendah perusahaan akan berharap pengguna laporan akan membaca *good news* kinerja perusahaan. Belkaoui dan Karpik (1989) mengatakan bahwa dengan kepeduliannya terhadap masyarakat (sosial) menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi *profitable*. (Vence (1975) mempunyai pandangan yang berkebalikan, bahwa pengungkapan sosial perusahaan justru memberikan kerugian kompetitif (*competitive disadvantage*) karena perusahaan harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut.

**H<sub>1</sub>** : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

### **2. Pengaruh Dewan Komisaris Independen terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)**

Charlie Weir, et al (2000) menganggap komisaris yang independen sama dengan direktur non-eksekutif. Ada peran yang memediasi hubungan antara

manajer, auditor dan pemegang saham. Fama dan Jensen (1983) menyatakan bahwa komisaris independen dapat bertindak sebagai penengah dalam perselisihan yang terjadi diantara para manajer internal dan mengawasi kebijaksanaan direksi serta memberikan nasihat kepada direksi. Sedangkan komisaris independen merupakan posisi terbaik untuk melaksanakan fungsi monitoring agar tercipta perusahaan yang *good corporate governance*. Semakin meningkatnya tekanan pada perusahaan, maka kebutuhan akan dukungan dari luar akan semakin meningkat. Daily dan Dalton (1994) juga menyatakan, bahwa apabila ada resistensi dari Presiden Direktur untuk menerapkan strategi supaya mampu mengatasi kinerja perusahaan yang terus menerus menurun, maka adanya komisaris yang berasal dari luar akan mendorong pengambilan keputusan untuk melakukan pembenahan dan perubahan. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan bahwa semakin tinggi representasi dewan komisaris dari dalam (*insider board*), maka keterlibatan direksi dalam pengambilan keputusan yang strategis akan semakin rendah (Frysa, 2011).

**H<sub>2</sub>** : Dewan Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

### **3. Pengaruh Komite Audit terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR).**

Siallagan dan Machfoedz (2006) menyatakan bahwa investor, analis dan regulator menganggap komite audit memberikan kontribusi dalam kualitas pelaporan keuangan. Hal ini membuktikan keberadaan komite audit secara positif dan signifikan mempengaruhi nilai perusahaan. Komite audit ini merupakan usaha perbaikan terhadap cara pengelolaan perusahaan terutama cara pengawasan terhadap manajemen perusahaan, karena akan menjadi penghubung antara

manajemen perusahaan dengan dewan komisaris maupun pihak ekstern lainnya. Komite audit juga berperan dalam mengawasi proses pelaporan keuangan perusahaan yang bertujuan mewujudkan laporan keuangan yang disusun melalui proses pemeriksaan dengan integritas dan obyektifitas dari auditor. Komite audit akan berperan efektif untuk meningkatkan kredibilitas laporan keuangan dan membantu dewan komisaris memperoleh kepercayaan dari pemegang saham untuk memenuhi kewajiban penyampaian informasi.

**H<sub>3</sub>** : Komite Audit berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)

#### **4. Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)**

Riyanto (1996) menyatakan bahwa *Leverage* dapat didefinisikan sebagai penggunaan aktiva atau dana dimana untuk penggunaan tersebut perusahaan harus menutup biaya tetap atau membayar beban tetap (Riyanto, 1996). *Leverage* adalah rasio total utang terhadap total ekuitas. Rasio ini menggambarkan struktur modal perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan cenderung mengungkapkan aktivitas sosial dan lingkungannya. Hal ini disebabkan karena Perusahaan akan menjadikan utang tersebut sebagai control dalam menjalankan kegiatan usahanya. Temuan dari (Cahyaningtyas, 2018), (Widyadmono, 2014), (Yusuf, 2017) dan (Badjuri, 2011) menunjukkan bahwa leverage berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

**H<sub>4</sub>** : *Leverage* berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).