

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Review Penelitian sebelumnya

Untuk mendukung penelitian ini, berikut akan dikemukakan beberapa hasil penelitian yang berhubungan dengan variabel penelitian. Penelitian terdahulu ini diambil dari berbagai jurnal yang telah diterbitkan oleh lembaga penelitian maupun instansi-instansi pendidikan. Berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang telah dilakukan:

Amilia (2020) melakukan penelitian ini bertujuan untuk memverifikasi dan menjelaskan peran kepemilikan asing, *leverage*, dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah periode waktu dari Januari 2014 hingga Desember 2018. Studi menemukan bahwa secara simultan menunjukkan pengaruh yang signifikan tentang 31% kepemilikan asing, *leverage*, dan dampak profitabilitas pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Ditemukan bahwa pengaruh signifikan pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah kepemilikan asing dan *leverage*, sedangkan profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan.

Sedangkan penelitian Dhita (2020) adalah untuk mengetahui pengaruh mekanisme GCG (pemilik institusi, pemilik manajerial, komite audit, delegasi komisaris dan arahan) berdasarkan CSR. Studi Empire didasarkan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada 2016-2018. Penelitian ini merumuskan proposal sebagai masalah tentang apakah mekanisme tata kelola perusahaan juga memiliki dampak secara simultan dan parsial terhadap luas pengungkapan CSR. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dewan komisaris secara parsial tidak

berpengaruh pada area pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sedangkan komite audit dan dewan direksi secara parsial memiliki pengaruh positif pada area pengungkapan CSR. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai peran CSR, GCG dan dapat dipertimbangkan bagi perusahaan untuk memperhatikan kualitas CSR yang dilakukan.

Lastanti (2019) melakukan penelitian untuk mengetahui tujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, tata kelola perusahaan yang baik, dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dan mengakuisisi 120 perusahaan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, tata kelola perusahaan yang baik, dan kinerja keuangan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tata kelola perusahaan yang baik diproksi dengan kepemilikan manajerial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, Tata kelola perusahaan yang baik diproksi dengan kepemilikan institusional, proporsi dewan komisaris independen, ukuran dewan direktur, ukuran komite, dan keuangan kinerja secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sedangkan yang dilakukan oleh Jose (2019) bertujuan untuk menguji pengaruh dewan mekanisme tata kelola perusahaan pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan industri publik selama periode tersebut (2010 hingga 2014). Dalam penelitian ini, statistik deskriptif digunakan untuk mempelajari variabel, baik matriks korelasi dan *diagnostik collinearity* digunakan untuk menguji apakah masalah multikolinieritas ada. Akhirnya analisis regresi *Ordinary Least Square* (OLS) digunakan untuk menguji hipotesis pembelajaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi secara positif oleh ukuran perusahaan dan persentase perusahaan, dipengaruhi negatif oleh kualitas dan rata-rata. Rapat dewan dan komposisi dewan tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Menghadapi beberapa batasan di mana pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan membutuhkan penilaian manusia, yang subyektif dan ambigu. Selanjutnya, sampel penelitian

terbatas pada perusahaan industri. Memahami pengaruh antara GCG dan CSR sangat penting karena mekanisme GCG adalah kewajiban untuk melindungi dan meningkatkan sosial, ekonomi, dan lingkungan, juga sebagai kesejahteraan masyarakat.

Qidu (2019) penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengendalian internal sebagian besar terbagi menjadi dua arah, internal dan eksternal, dan penelitian tentang faktor internal memiliki karakteristik eksekutif, terutama karakteristik pribadi, tetapi pembangunan internal sistem kontrol melibatkan seluruh tim eksekutif, begitu juga sangat penting untuk mempelajari pengaruh karakteristik dari tim eksekutif pada kualitas kontrol internal. Di sisi lain sebaliknya, laporan pengendalian internal mengacu pada tanggung jawab perusahaan untuk mengungkapkan informasi lingkungan. Apakah perusahaan dapat mengambil inisiatif untuk mengasumsikan sosial tanggung jawab tergantung pada tingkat tertentu pada kualitas kontrol internal. Karena itu, selidiki hubungan keduanya ketiganya dapat memberikan panduan teoretis tertentu untuk perusahaan untuk secara efektif meningkatkan kualitas internal kontrol melalui konfigurasi tim manajemen senior, dan kemudian memikul tanggung jawab sosial.

Wibowati (2020) melakukan penelitian ini yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik dewan pada kemungkinan perusahaan pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan tahunan perusahaan. Populasi penelitian ini adalah semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017 sedangkan sampel penelitian ini adalah 175 perusahaan. Metode pengambilan sampel adalah stratifikasi proporsional pengambilan sampel acak. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi logistik biner. Hasil dari Studi menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris dan jumlah dewan komisaris pertemuan memiliki efek positif dan signifikan pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sementara dewan komisaris independen dan jumlah perempuan dalam dewan komisaris berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Sedangkan Penelitian Dewi (2018) ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR dalam memoderasi hubungan antara kepemilikan manajerial, institusional, komisaris independen dan komite audit dengan nilai perusahaan serta *firm size* sebagai variabel kontrol pada perusahaan pertambangan periode 2015-2016 yang terdaftar di BEI. Sampel penelitian terdiri atas 56 perusahaan dan dipilih secara *purposive sampling* (dengan kriteria tertentu). Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian dengan regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara simultan, kepemilikan manajerial (MOWN), kepemilikan institusional (INST), komisaris independen dan komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Secara parsial, kepemilikan manajerial dan komite audit yang berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel bebas lainnya (kepemilikan institusi dan komisaris independen) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada analisis variabel moderating dengan metode uji interaksi *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa secara simultan pengungkapan CSR dapat memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial, institusi, komisaris independen serta komite audit terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, adanya variabel pengungkapan CSR dapat menguatkan atau memoderasi secara signifikan hubungan antara kepemilikan manajerial, institusi serta komite audit terhadap nilai perusahaan. Namun dapat memoderasi atau menguatkan tetapi tidak signifikan hubungan antara komisaris independen terhadap nilai perusahaan. *Firm size* sebagai variabel kontrol perlu dipertahankan karena berpengaruh positif signifikan pada kepemilikan manajerial, kepemilikan institusi, komisaris independen, serta komite audit terhadap nilai perusahaan.

Grace (2020) melakukan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh *intellectual capital*, *tax avoidance*, *growth*, *profitability* dan *leverage* terhadap *corporate social responsibility disclosure* dengan *audit committee* sebagai variabel moderasi. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur dan sampel dari penelitian ini menggunakan 111 data dari 37 perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode

2016 sampai dengan 2018 menggunakan *purposive sampling method*. Penelitian ini menggunakan *multiple regression method* dan *moderated regression analysis* sebagai analisis statistik untuk menguji hipotesis, pengaruh antar masing-masing variabel independen, variabel kontrol dan variabel moderasi terhadap CSR. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *audit committee* berhasil memoderasi pengaruh *tax avoidance* dan *leverage* terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Variabel *tax avoidance*, *size*, dan *audit committee* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Teori Keagenan

Teori keagenan didasarkan pada *the incompleteness of contracts* dan pemisahan kepemilikan antara pemegang saham manajemen. Yang merupakan ciri utama dari perusahaan saat ini. Teori keagenan (Jensen dan Meckling, 1976) menjelaskan hubungan antara pemegang saham dan manajemen perusahaan yang digambarkan sebagai hubungan keagenan antara prinsipal dan agen. Hubungan keagenan (*agency relationship*) ada saat pemilik (prinsipal) mempekerjakan orang lain (agen) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut untuk bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal.

Hubungan antara prinsipal dan agen dapat mengarah pada kondisi ketidakseimbangan informasi (*asymmetric information*) karena agen berada pada posisi yang memiliki informasi lebih banyak tentang perusahaan dibandingkan dengan prinsipal. Ketimpangan informasi tersebut dapat menimbulkan masalah transaksi dalam pasar modal karena investor tidak mempunyai informasi yang cukup dalam pengambilan keputusan investasinya.

Dengan informasi asimetri yang dimilikinya, akan mendorong agen untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui prinsipal. Manajer dapat membuat keputusan yang menguntungkan kepentingannya. Namun berpotensi merugikan kepentingan (*conflict of interest*) yang terjadi antara manajer, pemilik, dan stakeholders akan memperkuat masalah agensi.

Salah satu cara yang digunakan untuk memonitor hubungan keagenan adalah melalui mekanisme tata kelola perusahaan (*corporate governance*). Tata kelola perusahaan diarahkan untuk mengurangi asimetri informasi antara prinsipal dan agen, *agency theory* memandang pengungkapan sukarela oleh perusahaan sebagai salah satu cara untuk mengurangi *agency cost* pada masa yang akan datang dalam Fenty Fauziah (2017).

### 2.2.2 Teori Stakeholder

Teori keagenan didasarkan pada *the incompleteness of contracts* dan pemisahan kepemilikan antara pemegang saham manajemen. Yang merupakan ciri utama dari perusahaan saat ini. Teori keagenan (Jensen dan Meckling, 1976) menjelaskan hubungan antara pemegang saham dan manajemen perusahaan yang digambarkan sebagai hubungan keagenan antara prinsipal dan agen. Hubungan keagenan (*agency relationship*) ada saat pemilik (prinsipal) mempekerjakan orang lain (agen) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut untuk bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal, yang dimaksudkan menawarkan pendekatan pragmatis untuk mendorong organisasi memahami *stakeholder* nya agar dapat mencapai kondisi terbaik Freeman menyebut kondisi terbaik ini sebagai “*superior performance*”. Freeman berpendapat bahwa tanggung jawab sosial organisasi terkait dengan *stakeholder*. Hanya dengan melaksanakan tanggung jawab sosialnya, organisasi tersebut dimungkinkan memperoleh keuntungan (Freeman, 1984).

Meskipun Freeman dianggap sebagai ‘Bapak Teori *Stakeholder*,’ seperti yang disampaikan oleh Mainardes, Alves, & Raposo (2011), namun dari *literatur review* yang dilakukan Nigel de Bussy (2008), konsep *stakeholder* sudah muncul lama sebelumnya sekitar 1930-an, yaitu ketika para akademisi manajemen menganggap strategi komunikasi terhadap *stakeholder* merupakan “*key driver*” mencapai reputasi korporat.

Berbagai perubahan di atas terjadi di antara *stakeholder*, Karena itu teori *stakeholder* ini mengingatkan agar manajer perlu “memperhatikan semua orang dan kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan dan

perusahaan bisnis (*take into account all of those and individuals that can affect, or are affected by, the accomplishment of the business enterprise.*)” (Freeman, 1984: 25). Artinya, perubahan di dunia bisnis sangat berkaitan dan dipengaruhi oleh kondisi *stakeholder*, karena itu organisasi mesti memberikan perhatian besar terhadap perubahan yang terjadi di antara *stakeholder* nya.

Dari perspektif *public relations*, mengutip Bussy (2008: 4816), Mainardes, dkk.(2011: 233), Heath (2005: 809), dan Pesqueux & Damak-Ayadi (2005: 9), teori *stakeholder* ini sering digunakan dalam tiga pendekatan teori :

1. Teori *stakeholder deskriptif*, yaitu untuk mendeskripsikan karakteristik dan perilaku atau aktivitas aktual yang dikerjakan organisasi.
2. Teori *stakeholder instrumental*, yaitu memahami cara mencapai tujuan organisasi, yaitu keterkaitan antara strategi manajemen *stakeholder* dan pencapaian tujuan organisasi seperti meningkatkan keuntungan, menghindari tuntutan hukum, dan mencapai pertumbuhan.
3. Teori *stakeholder normatif*, yaitu untuk merancang suatu regulasi tata cara membangun relasi yang didasarkan landasan etis dan prinsip filosofis organisasi, seperti mengembangkan tanggung jawab sosial organisasi dalam Rachmat Kriyantono (2014).

Perusahaan memiliki kewajiban untuk mengungkapkan laporan sebagai informasi bagi *stakeholder*. Laporan tersebut terdiri atas laporan keuangan dan laporan tahunan. Perusahaan akan mencoba menyajikan informasi yang lebih lengkap, misalnya dengan menambahkan informasi aktivitas CSR. Perusahaan dapat menggunakan informasi CSR sebagai nilai keunggulan kompetitif dibanding perusahaan yang tidak dengan begitu, sinyal positif bagi investor bisa diperoleh untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut yang kemudian berujung pada peningkatan harga saham dalam Hexana (2019).

### **2.2.3 Teori Legitimasi**

Teori legitimasi merupakan teori yang lebih berfokus pada interaksi hubungan antara organisasi dan masyarakat. Legitimasi merupakan sistem

pengelolaan yang berorientasi pada keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Perusahaan yang ingin eksis melaksanakan bisnisnya di dalam masyarakat perlu mendapatkan legitimasi dan masyarakat dan para *stokeholder* utama (Epstein. 1972). Teori legitimasi menjelaskan hubungan kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat, dimana perusahaan harus memiliki integritas pelaksanaan etika dalam berbisnis serta meningkatkan tanggungjawab sosial dan lingkungan, dengan itu perusahaan dapat diterima keberadaannya di masyarakat (Deegan, 2002). Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan.

Dalam teori legitimasi ada dua aliran utama yang menjelaskan faktor-faktor yang mendorong perusahaan untuk memenuhi legitimasi, yaitu aliran institusional dan aliran strategis. Pertama, aliran institusional menjelaskan bahwa perusahaan meningkatkan legitimasi karena didorong tekanan dan *stakeholder* dan mematuhi regulasi lingkungan, kekhawatiran dan kepatuhan atas desakan legitimasi tersebut memaksa perusahaan mengadopsi praktek-praktek manajerial yang bernilai sosial (Meyer dan Rowan, 1977; Di Maggio dan Powell, 1983; Hoffman, 2001; Bonsal don Clellari, 2004; Bonsal, 2005).

Kedua, perspektif strategis memandang legitimasi sebagai sesuatu yang dapat dikendalikan. Agar dapat mengakses sumber daya, organisasi dapat melakukan strateginya dengan aksi korporasi yang mengadaptasi pada nilai-nilai sosial sehingga memberikan persepsi yang baik pada pihak luar dan meningkatkan legitimasi perusahaan (Aerts dan Cormier, 2009). Legitimasi mendorong efektivitas operasional perusahaan dalam menghadapi persaingan, karena memperoleh kemudahan dalam mengakses sumber daya, menciptakan karyawan yang lebih baik, dan meningkatkan hubungan yang sinergi.

Perusahaan dapat memperoleh dan mempertahankan legitimasi dan masyarakat dengan menggunakan pengungkapan laporan sosial dan lingkungan (Mousa don Hassan, 2015). Pengungkapan sosial dan lingkungan tersebut sebagai bentuk komunikasi perusahaan pada masyarakat dan seluruh *stakeholder*, yang menunjukkan bahwa perusahaan telah memenuhi norma-norma sosial dan lingkungan dalam kegiatan bisnisnya.

Sejalan dengan aliran institusional, pengungkapan sosial dan lingkungan adalah sebagai respon dan tanggung jawab perusahaan atas tekanan publik dan regulasi. Perusahaan dituntut dalam kegiatan bisnisnya agar berperilaku ramah lingkungan dan memperhatikan kepentingan social. Hal ini memberikan bukti tentang relevansi teori legitimasi institusional dalam menjelaskan pelaporan lingkungan, di mana regulasi lingkungan mendorong perusahaan untuk mematuhi dan memastikan memperbaiki legitimasi organisasi.

Kemudian dalam perspektif strategis, pengungkapan sosial dan lingkungan bermanfaat bagi perusahaan sendiri dan meningkatkan legitimasi, sehingga legitimasi menjadi tujuan strategis dalam rangka eksistensi dan keberlanjutan perusahaan untuk dapat terus mengakses sumber daya. Martin et al. (2013) menemukan dalam studi empirisnya ada hubungan antara legitimasi pragmatik dan kesuksesan organisasi, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa organisasi yang memiliki legitimasi yang baik akan memberikan kesuksesan pada organisasi tersebut dan memperoleh kemudahan dalam mengakses sumber daya.

Pemikiran teori legitimasi adalah keberlanjutan keberadaan organisasi atau perusahaan akan diperoleh jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan pengungkapan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan sehingga mereka diterima oleh masyarakat dan dapat terus mengakses sumber daya.

Dalam upaya memperoleh legitimasi, perusahaan melaksanakan aktivitas sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pengungkapan di laporan tahunan perusahaan secara publikatif. Hal tersebut dilakukan untuk meyakini seluruh *stakeholder* bahwa aktivitas perusahaan sesuai dengan norma yang berlaku dan bisa diterima sebagai bentuk keberadaan perusahaan itu sendiri dalam Hexana (2019).

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

### **1. Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate Social Responsibility* (CSR), istilah ini telah populer bahkan di beberapa perguruan tinggi tidak hanya menjadi salah satu bahan ajar dalam perkuliahan, melainkan juga menjadi sebuah konsentrasi studi dalam studi ilmu sosial antara lain seperti Departemen Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Untung,2013:1). CSR merupakan suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.

Menurut ISO 26000 *Corporate Social Responsibility* adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa CSR adalah perilaku transparan dan etis yang mendukung kesejahteraan semua *stakeholder*, termasuk masyarakat dan lingkungan yang mendukung praktik operasional perusahaan.

### **2. Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR)**

Dalam buku, “Membedah Konsep dan Aplikasi *Corporate Social Responsibility*”, Yusuf Wibisono (2007:99) menjelaskan manfaat atau keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan ketika menerapkan program CSR yang dilihat dari aspek *stakeholder* dari CSR itu sendiri, yang pertama bagi perusahaan yaitu dapat tumbuh dan berkembang serta memiliki citra yang baik dimata masyarakat sehingga mengalami keberlanjutan usaha, mempermudah akses perusahaan dalam memperoleh modal (*capital*), Perusahaan mampu menciptakan dan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas,

Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan sebuah keputusan bila terjadi hal-hal yang kritis (*criticaldecision making*) dan mengelola dengan baik manajemen risiko atau *risk management* (Dewidan Darma, 2019)

Kedua bagi masyarakat yaitu penerapan CSR dengan cara menyerap SDM lokal akan memberikan nilai-tambah terhadap keberadaan perusahaan disuatu daerah sehingga meningkatkan kualitas sosial didaerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Praktik CSR akan menghormati tradisi dan kebudayaan masyarakat lokal.

Ketiga bagi Lingkungan yaitu praktik CSR akan mengurangi penggunaan sumber daya alam secara berlebihan, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan perusahaan ikut terlibat memperbaiki dan menjaga lingkungannya. Hal ini pastinya untuk tetap mempertahankan keberlangsungan lingkungan itu sendiri.

Keempat bagi Negara yaitu praktik CSR yang baik akan mencegah malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan. Karena instrumen ini merupakan salah satu pendapatan paling besar dalam pendapatan perkapita Negara.

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

Tujuan perusahaan mengungkapkan aktivitas CSR dalam bentuk *Sustainability Report* adalah untuk mendongkrak reputasi dan citra merek perusahaan. Perusahaan diharapkan dapat melakukan pengurangan biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah atau gas industri. Pengungkapan melalui *Sustainability Report* akan memperbaiki hubungan perusahaan dengan pihak-pihak yang terkait, terutama para *stakeholder* dan regulator (Syairozi, 2019:13). Bagi internal perusahaan, peningkatan produktivitas akan mudah dicapai, karena karyawan tersebut merasa diperhatikan dan dihargai. Pengungkapan *Sustainability Report* juga memberikan peluang bagi suatu perusahaan atau organisasi untuk mendapatkan penghargaan, sehingga mampu meningkatkan citra suatu perusahaan di mata *stakeholder*. Dalam

melaporkan laporan CSR, akuntabilitas merupakan salah satu syarat utama dalam bentuk laporan, sehingga laporan yang dihasilkan dapat dinyatakan sebagai salah satu syarat peminjaman atau kredit yang diberikan bank. Secara umum, tujuan pengungkapan CSR dalam bentuk laporan dapat dinyatakan sebagai salah satu upaya perusahaan memenuhi harapan masyarakat akan perusahaan yang berkinerja baik tidak hanya dalam masalah ekonomi saja tetapi juga dalam bidang sosial dan lingkungan.

#### **4. *Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Islam***

Dalam konteks ini, CSR dalam perspektif Islam adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan memasukan norma-norma agama islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka CSR Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta *profit* nya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pendaayagunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah (Suharto, 2010). CSR dalam perspektif Islam menurut AAOIFI yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika, dan *discretionary responsibilities* sebagai lembaga finansial intermedia baik bagi individu maupun institusi (Rizkiningsing, 2012).

*Corporate Social Responsibility* dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi inhern dari ajaran islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (*Maqashid al syariah*) adalah masalah sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan masalah, bukan sekedar mencari keuntungan. Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia sekaligus strategis karena bukan sekedar diperbolehkan di dalam Islam, melainkan justru diperintahkan oleh Allah dalam AlQur'an. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an terjemahannya sebagai berikut :

*Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung (Q.S. Al-Jumu'ah: 10).*

*Artinya: Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (Q.S. Al Baqarah: 148).*

Sebenarnya, dalam pandangan Islam sendiri kewajiban melaksanakan CSR bukan hanya menyangkut pemenuhan kewajiban secara hukum dan moral, tetapi juga strategi agar perusahaan dan masyarakat tetap *survive* dalam jangka panjang. Jika CSR tidak dilaksanakan maka akan terdapat lebih banyak biaya yang harus ditanggung perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan melaksanakan CSR dengan baik dan aktif bekerja keras mengimbangi hak-hak dari semua *stakeholders* berdasarkan kewajaran, martabat, dan keadilan, dan memastikan distribusi kekayaan yang adil, akan benar-benar bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang. Seperti meningkatkan kepuasan, menciptakan lingkungan kerja yang aktif dan sehat, mengurangi stres karyawan meningkatkan moral, meningkatkan produktivitas, dan juga meningkatkan distribusi kekayaan di dalam masyarakat. Tujuan keadilan sosial ekonomi dan distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata merupakan bagian yang tak terpisahkan dari falsafah moral Islam dan didasarkan pada komitmennya yang pasti terhadap persaudaraan (*brotherhood*) dan kemanusiaan dalam Ali (2015).

## **2.2.5 Perbankan Syariah**

### **1. Pengertian Bank Syariah**

Menurut Undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Indonesia, Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melakukan kegiatan usahanya. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram. Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamankan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti

lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai kehendak pemberi wakaf (wakif). ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id), diakses pada 9 Maret 2020).

Secara umum terdapat bentuk usaha bank syariah terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), dan Unit Usaha Syariah (UUS) dengan perbedaan pokok BPRS dilarang menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas sistem pembayaran. Secara kelembagaan bank umum syariah ada yang berbentuk bank syariah penuh (*full-pledged*) dan terdapat pula dalam bentuk Unit Usaha Syariah (UUS) dari bank umum konvensional. Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah (pasal 1:2). Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan atau unit syariah.

Praktek perbankan dengan prinsip syariah diberlakukan di Indonesia sejak diterapkannya Undang-undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan yang telah diubah dengan Undang-undang No. 10 tahun 1998. Saat ini nasabah diberi pilihan apakah akan memilih kegiatan perbankan dengan bank konvensional atau dengan bank syariah sesuai dengan prinsip syariahnya. Kegiatan bank syariah pada dasarnya merupakan perluasan jasa perbankan bagi masyarakat yang membutuhkan dan menghendaki pembayaran imbalan yang tidak didasarkan pada sistem bunga, melainkan atas dasar prinsip syariah sebagaimana digariskan dalam Islam (Dahlan Siamat, Manajemen Lembaga: 181).

Termasuk kegiatan bisnis perbankan tidak terlepas dari konsep akuntansi syariah. Akuntansi syariah adalah “konsep dimana nilai-nilai Al-Quran harus dijadikan prinsip dasar dalam aplikasi akuntansi” (Muhammad, 2005:11). Salah satu jenis bank yang memainkan peranan penting dalam pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bank syariah (Meutia2011:3), bank syariah seharusnya memiliki dimensi spiritual yang lebih banyak. Dimensi spiritual ini tidak hanya menghendaki bisnis yang non riba, namun juga mampu memberikan kesejahteraan bagi masyarakat luas, terutama bagi golongan masyarakat ekonomi lemah.

Alasan perusahaan khususnya dibidang perbankan melakukan pelaporan sosial adalah karena adanya perubahan paradigma pertanggungjawaban dari manajemen ke pemilik saham menjadi manajemen kepada seluruh *stakeholder*. Sebagai wujud bukti kepedulian para ahli akuntansi di Indonesia menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah lingkungan dan social dalam M. Anwar (2019).

Bentuk pertanggungjawaban tersebut adalah di untkapkannya atau dibuatnya suatu laporan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan CSR merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan kepada para *stakeholders* bahwa perusahaan memberi perhatian pada pengaruh sosial dan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan. Pengungkapan ini bertujuan untuk memperlihatkan aktivitas yang dilakukan perusahaan dan pengaruhnya bagi masyarakat (Meutia, 2011:11) dalam M. Anwar (2019).

Dari definisi diatas disimpulkan bahwa perbankan syariah merupakan Lembaga perbankan yang memakai aturan berdasarkan prinsip syariah islam bisa diistilahkan sebagai Bank Syariah atau Bank Bagi Hasil (Bank Islam) yang diatur dalam Al-Qur'an dan Al Hadist.

## **2. Fungsi Perbankan Syariah**

Adapaun tujuan perbankan syariah yaitu menunjang pelaksanaan pembangunan nasioanal dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Dalam mencapai tujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional, perbankan syariah tetap bepegang pada prinsip syariah secara menyeluruuh (kaffah) dan konsisten (istikamah) dalam Mardani (2015).

Fungsi bank syariah tidaklah jauh berbeda dengan bank konvensional, yaitu sebagai lembaga intermediasi keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan.

Adapun fungsi Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah yaitu ;

- a. Menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat
- b. Menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelolaan zakat.

Yang dimaksud dengan “Dana sosial lainnya”, adalah penerimaan bank yang berasal dari pengenaan sanksi terhadap nasabah (ta'zir).

- c. Menghimpun dana sosial yang berasal dai wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif) Dr. Mardani (2015).

### **3. Prinsip Perbankan Syariah**

Dalam menjalankan aktivitasnya, bank syariah menganut beberapa prinsip seperti prinsip keadilan, kesederajatan dan prinsip ketentraman. Dengan sistem operasional yang berdasarkan *profit and loss-sharing system*, bank islam memiliki kekuatan tersendiri yang berbeda dari sistem konvensional.

#### **2.2.6 Good Corporate Governance (GCG)**

##### **1. Pengertian Good Corporate Governance (GCG)**

*Good Corporate Governance* (GCG) muncul karena terjadi pemisahan antara kepemilikan dengan pengendalian perusahaan, atau sering kali dikenal dengan istilah masalah keagenan. Permasalahan keagenan dalam hubungannya antara pemilik modal (*principal*) dengan manajer (*agent*) adalah bagaimana sulitnya pemilik dalam memastikan bahwa danayang ditanamkan tidak diambil alih atau diinvestasikan pada proyek yang tidak menguntungkan sehingga tidak mendatangkan *return*.

*Good Corporate Governance* diperlukan untuk mengurangi permasalahan keagenan antara pemilik dan manajer. CSR merupakan tata kelola perusahaan yang baik, yang menjelaskan hubungan antara berbagai partisipan dalam perusahaan yang menentukan arah kinerja keuangan perusahaan.

Beberapa konsep tentang GCG antara lain yang dikemukakan oleh *Forum for corporate governance in Indonesia* (FCGI), 2003 dalam publikasi pertamanya menggunakan definisi *Cadbury Comitee* untuk mendefinisikan GCG sebagai seperangkat peraturan yang menetapkan hubungan antara pemegang saham, pengurus, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya sehubungan hak-hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan.

Pengertian lain menurut Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor KEP-117/M-MBU/2002, definisi dari GCG adalah suatu proses dari struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan nilai-nilai etika.

## **2. Tujuan dan Manfaat *Good Corporate Governance*(GCG)**

*Good Corporate Governance* memeberikan kerangka acuan yang memungkinkan pengawasan berjalan efektif sehingga tercipta mekanisme *check and balances* pada perusahaan, ada beberapa manfaat yang diperoleh yakni dalam Basir (2019) :

- a) Mengurangi *agency cost*, yaitu suatu biaya yang harus ditanggung pemegang saham sebagai akibat pendelegasian wewenang kepada pihak manajemen. Biaya-biaya ini dapat berupa kerugian yang diderita perusahaan sebagai akibat penyalahgunaan wewenang, ataupun berupa biaya pengawasan yang timbul untuk mencegah terjadinya hal tersebut.
- b) Mengurangi biaya modal, yaitu sebagai dampak dari pengelolaan perusahaan yang baik tadi menyebabkan tingkat bunga atas dana atau sumber daya yang

dipinjam oleh perusahaan semakin kecil seiring dengan turunnya tingkat risiko perusahaan.

- c) Meningkatkan nilai saham perusahaan sekaligus dapat meningkatkan citra perusahaan tersebut kepada publik luas dalam jangka panjang.
- d) Menciptakan dukungan para *stakeholder* dalam lingkungan perusahaan tersebut terhadap keberadaan dan berbagai strategi dan kebijakan yang ditempuh perusahaan, karena umumnya mereka mendapat jaminan bahwa mereka juga mendapat manfaat maksimal dari segala tindakan dan operasi perusahaan dalam menciptakan kemakmuran dan kesejahteraan.

Tujuan dari *Good Corporate Governance* adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua *stakeholders*. Secara teoritis, pelaksanaan *Good Corporate Governance* dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kinerja keuangan mereka, mengurangi risiko yang mungkin dilakukan oleh dewan komisaris dengan keputusan-keputusan yang menguntungkan diri sendiri dan umumnya GCG dapat meningkatkan kepercayaan investor (Tjager, et al., 2003). Ada dua hal yang ditekankan dalam konsep GCG, yaitu:

1. Pentingnya hak pemegang saham untuk memperoleh informasi dengan benar dan tepat pada waktunya.
2. Kewajiban perusahaan untuk melakukan pengungkapan (*disclosure*) secara akurat, tepat waktu, transparan terhadap semua informasi kinerja perusahaan, kepemilikan, dan *stakeholder*.

### **2.2.7 Managerial Ownership**

Tingkat kepemilikan manajerial yang semakin tinggi akan meningkatkan tingkat pengawasan terhadap manajemen. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah salah satu aktivitas perusahaan yang dimonitor oleh pemilik saham institusi. Manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan ketika kepemilikan manajer lebih sedikit dibanding pemilik perusahaan. Sebaliknya semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Kepemilikan manajerial merupakan proporsi saham yang dimiliki

oleh pihak manajemen perusahaan dari keseluruhan modal saham yang dikelola. Manajemen dalam hal ini adalah dewan komisaris dan direksi yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (Savira, 2015).

### **2.2.8 Board of Commissioners**

*Board of Commissioners* merupakan suatu mekanisme untuk mengawasi dan memberikan petunjuk serta arahan pada pengelolaan perusahaan atau pihak manajemen. Dalam hal ini manajemen bertanggung jawab untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan, sedangkan dewan komisaris bertanggung jawab untuk mengawasi manajemen. Dewan Komisaris adalah sekelompok orang yang bertugas melakukan pengawasan kegiatan perusahaan dan memberi nasihat kepada direktur perusahaan. Umumnya dewan komisaris terdapat di Perseroan terbatas (PT) (Amanti, 2012). Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka upaya pengendalian atas pemimpin perusahaan dan aktivitas monitoring yang dilakukan akan semakin efektif dalam Noriko (2020).

### **2.2.9 Audit Committee**

*Audit Committee* ialah salah satu indikator GCG. Dewan komisaris dapat membentuk komite audit sebagai bagian terpisah dan bertanggungjawab terhadap pengawasan secara menyeluruh. Pengawasan secara menyeluruh terhadap kredibilitas pelaporan keuangan dan tata kelola perusahaan (Bradbury *et al.*, 2004). Dalam menjalankan tugas komite audit, diperlukan adanya independensi atau tidak mudah dipengaruhi. Keberadaan komite audit merupakan sebuah kewajiban, diatur dalam Pedoman Umum GCG yang dikeluarkan oleh KNKG (2006): “Bagi perusahaan yang sahamnya tercatat di bursa efek, perusahaan negara, perusahaan daerah, perusahaan yang menghimpun dan mengelola dana masyarakat, perusahaan yang produk atau jasanya digunakan oleh masyarakat luas, serta perusahaan yang mempunyai dampak luas terhadap kelestarian lingkungan, sekurang-kurangnya harus membentuk Komite Audit.” Dalam Ester (2019).

### **2.2.10 Leverage**

*Leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata aset pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur

modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio hutang/aset) semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi (Belkaoui dan Karpik, 1989) dalam Lisna Untari (2010), supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial). Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Lisna Untari (2010) keputusan untuk mengungkapkan CSR akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi mengakibatkan pengawasan yang tinggi dilakukan oleh *debtholder* terhadap aktivitas perusahaan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders* dalam Bustan (2016).

## 2.3 Hubungan antar Variabel Penelitian

### 1. Pengaruh *Managerial Ownership* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

*Managerial Ownership* adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki pihak manajemen perusahaan. Semakin besar kepemilikan manajerial maka akan mendorong manajer untuk terus meningkatkan kinerjanya untuk memaksimalkan nilai pamegang saham, yang tidak lain adalah dirinya sendiri. Kepemilikan manajerial diharapkan dapat meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, karena pengungkapan CSR akan mempengaruhi citra perusahaan dan akan berdampak pada laba perusahaan. Penelitian Listyaningsih *et al.* (2018) menemukan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index*. Sejalan dengan itu Savira (2015) menemukan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil-hasil penelitian milik Setyarini dan Paramitha (2011), Sanjaya *et al.* (2014), Prastuti dan Budiasih (2015) serta Sari *et al.* (2013) mengidentifikasi bahwa CSR dipengaruhi oleh kepemilikan institusional dalam Noriko (2020). Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : *Managerial Ownership* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

## **2. Pengaruh *Audit Committee* terhadap *Corporate Social Responsibility*.**

*Audit Committee* merupakan kepanjangan tangan dewan komisaris dalam hal pengawasan kinerja perusahaan, termasuk kinerja sosial. Pengawasan kinerja sosial dilakukan untuk mengakomodasi kepentingan seluruh *stakeholder*. Kinerja pengawasan tersebut juga akan semakin baik ketika jumlah anggota komite audit cukup untuk melakukan evaluasi terhadap seluruh aspek kinerja perusahaan. Semakin banyak anggota komite audit yang dimiliki, kontrol terhadap kinerja sosial perusahaan akan semakin besar sehingga memperluas pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam Aditya (2016). Keberadaan komite audit merupakan sebuah kewajiban, diatur dalam Pedoman Umum GCG yang dikeluarkan oleh KNKG (2006): “Bagi perusahaan yang sahamnya tercatat di bursa efek, perusahaan negara, perusahaan daerah, perusahaan yang menghimpun dan mengelola dana masyarakat, perusahaan yang produk atau jasanya digunakan oleh masyarakat luas, serta perusahaan yang mempunyai dampak luas terhadap kelestarian lingkungan, sekurang-kurangnya harus membentuk Komite Audit. Hasil-hasil penelitian milik Wiyuda dan Pramono (2017), Prastuti dan Budiasih (2015), Yusran *et al.* (2018) serta Fatimah *et al.* (2016) menemukan bahwa CSR dipengaruhi oleh komite audit. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H2 : *Audit Committee* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*

## **3. Pengaruh *Board of Commissioners* terhadap *Corporate Social Responsibility***

Dewan komisaris merupakan suatu mekanisme untuk mengawasi dan memberikan petunjuk serta arahan pada pengelolaan perusahaan atau pihak manajemen. Dalam hal ini manajemen bertanggung jawab untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan, sedangkan dewan komisaris bertanggung jawab untuk mengawasi manajemen (FCGI, 2002) dalam Ester (2019). Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka upaya pengendalian atas pemimpin

perusahaan dan aktivitas monitoring yang dilakukan akan semakin efektif (Coller & Gregory, 1999). Hasil penelitian milik Wiyuda dan Pramono (2017), Yusran *et al.* (2018), Untoro dan Zulaikha (2013), Ramadhaningsih dan Utama (2013) serta Nugroho (2016) menemukan *Corporate Social Responsibility* dipengaruhi oleh ukuran atau jumlah dari dewan komisaris perusahaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H3 : *Board of Commissioners* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

#### **4. Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility***

Perusahaan yang mempunyai proporsi utang lebih banyak dalam struktur permodalannya

akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar. Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya (Suripto dalam Lisna Untari, 2010). Semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio hutang/aset) semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Lisna Untarim, 2010), supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial) Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Lisna Untari (2010) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitiannya menunjukkan *leverage* berpengaruh negative signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang memiliki proporsi utang lebih tinggi dalam struktur permodalan akan mempunyai biaya keagenan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang dalam Bustan (2016). Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H4 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*

## 2.4 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan permasalahan yang diajukan. Hipotesis merupakan pernyataan sementara berupa dugaan mengenai apa saja yang sedang kita amati dalam usaha untuk memahaminya. Hipotesis merupakan kebenaran sementara yang masih harus diuji. Oleh karena itu hipotesis berfungsi sebagai cara untuk menguji kebenaran Hendryadi (2019).

Sekaran dan Bougie (2016) memberikan definisi hipotesis sebagai pernyataan sementara, namun dapat diuji, yang memprediksi apa yang diharapkan akan ditemukan dalam hipotesis melalui data empiris. Hipotesis diturunkan dari teori yang menjadi dasar model konseptual dan sering bersifat relasional. Sejalan dengan ini, hipotesis dapat didefinisikan sebagai hubungan yang diduga secara logis dua atau lebih variabel yang dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji dalam Hendryadi (2019).

Bedasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu maka hipotesis yang di tetapkan dalam penelitian ini adalah dalam Dea (2017) dan Rofiqhoh (2016) :

H1 : *Managerial Ownership* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

H2 : *Audit Committee* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

H3 : *Board of Commissioners* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*..

H4 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

## 2.5 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan model konseptual dari sebuah teori atau kumpulan teori yang memberikan penjelasan logis mengenai hubungan satu atau beberapa faktor yang berhasil diidentifikasi sebagai faktor penting untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti. Kerangka konseptual merupakan sebuah struktur teoritis, asumsi, prinsip, dan aturan yang menyatukan ide-ide yang terdiri dari konsep yang luas Hendryadi (2019).

Gambar 2.5

