BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Review Penelitian sebelumnya

Untuk mendukung beberapa pelitian ini maka dilakukan riset untuk mengetahui penelitian ini. Penelitian ini diambil dari berbagai jurnal penelitian sebelumnya. Berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini:

Nugroho (2015) Penelitian ini bertujuan untuk menemukan butki empiri pengaruh profitabilitas dan mekanisme *corporate governance* (kepemilikan institusional, kepemilikan asing, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen dan ukuran komite audit) terhadap pengungkapan CSR. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) tahun 2011-2013. 12 perusahaan dipilih secara *purposive sampling* sebagai sempel. Penelitian ini menggunakan data skunder yang berupa laporan tahunan perusahaan sempel. Hasil penelitian ini menunjukan secara parsial kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan profitabilitas, kepemilikan asing, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen dan ukuran dewan komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata pengungkapan CSR perusahaan terdaftar JII masih rendah sebesar 39,39%.

Dari penelitian Munsaidah (2016) yaitu bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menguji pengaruh firm size, umur, profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014. Dari 49 perusahaan yang terdaftar, hanya 30 perusahaan yang memenuhi kriteria sempel penelitian yang telah ditetapkan. Tehnik anallisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik, pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan banuan SPSS 17.0 for windows.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa firm size, umur, profitabilitas, leverage, pertumbuhan prusahaan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap

tanggung jawab sosial. Sedangkan pengujian koefisien determinasi menunjukan bahwa firm size, umur, profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan mempunyai pengaruh 16,1% terhadap tanggung jawab sosial pada perusahaan property dan real eastate yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014.

Dalam penelitian Pebriana dan Sukartha (2016) lingkungan menjadi sangat penting bagi perusahaan dengan lingkungan dapat mengakibatkan dampak yang negatif bagi perusahaan. Begitu pentingnya faktor lingkungan bagi perusahaan sehingga diperoleh sempel sebanyak 44 perusahaan peroperty dan real eastate. Variabel penelitian yaitu profitabilitas, leverage, umur perusahaan, komposisi dewan komisaris dan kepemilikan institusional. Tehnikanalisis data meliputi uji asumsi klasisk, regresi linear berganda. Berdasarkan analisis ditemukan bahwa untuk variabel komposisi dewan direksi menunjukan pengaruh yang signifikan pada prusahaan CSR. Sedangkan variabel profitabilitas, leverage, umur perusahaan dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR.

Pradnyani dan Sisdyanti (2015) dalam penelitian ini menjelaskan penerapan tanggung jawab sosial perusahaan dimaksudkan agar dunia usaha meminimalisir dampak buruk terhadap aspek sosial dan lingkungan yang ditimbulkan selama menjalankan seluruh aktivitasnya. Penelitian ini menguji CSR yang dipengaruhi variabel ukuran perusahaan, provitabilitas, leverage, dan ukuran dewan komisaris. Enam puluh enam sempel perusahaan dipilih melalui purposive sampling. Metode observasi non participant digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Pengujian ini memiliki hasil profitabilitas dan ukuran dewan komisaris dinyatakan berpengaruh positif terhadap CSR. Uji yang dilakukan juga menyatakan adanya variabel yang tidak berpengaruh yaitu ukuran perusahaan yang dikarenakan seluruh perusahaan yang diteliti baik perusahaan dengan total aset yang besar maupun kecil sama-sama mengungkapkan CSR. Leverage juga tidak berpengaruh terhadap CSR diindikasikan karena manajemen lebih mengoptimalkan laba agar tidak menjadi perhatian *debtholders*.

Sedangkan Penelitian Purba dan Yadnya (2015) Industri mesti menjaga keselarasan hubungannya dengan masyarakat dengan memperhatikan tanggung jawab sosial (CSR) yang sangat penting bagi kelancaran aktivitas perusahaan. CSR dimaksud

agar dunia usaha mampu memngurangi dampak buruk yang ditimbulkan perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Penelitian mengenai CSR sudah pernah diteliti dan menunjukan perbedaan hasil. Observasi ini menguji CSR dan profitabilitas yang dipengaruhi oleh variabel ukuran perusahaan dan leverage pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Metode pengambilan contoh yang dilakukan yaitu metode *nonprobability sampling* juga teknik teknik purposive. Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut diperoleh sempel sebanyak 66 perusahaan. Metode pengambilan data dalam *observasi non participant*. Observasi ini menggunakan analisis jalur dengan hasil ukuran perusahaan *leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap leverage, dan ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR.

Zielinski (2020) melakukan penelitian ini untuk mengetahui intensitas kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan di polandia dan untuk menilai profitabilitas mereka dalam hal kelompok pemangku kepentingan. Kuesioner dilakukan pada perwakilan kelompok (menurut ukuran dan sektor ekonomi) dari 722 perusahaan besar dan menengah dipolandia pada 2019. Responden adalah pengelola CSR, diantaranya tiga kelompok orang yang didefinisikan untuk siapa mengelola CSR adalah satu-satunya tanggung jawab, adalah salah satu yang mendasar tanggung jawab, kegiatan CSR adalah salah satu dari banyak tanggung jawab. Hipotesis penelitian diatur dalam artikel tentang intensitas dan profitabilitas kegiatan CSR yang diarahkan pemangku kepentingan individu, serta saling melengkapi kegiatan ini dan karakteristik responden yang membedakan tanggapannya. Penelitian menunjukan bahwa perusahaan mengarahkan kegiatan CSR ke kegiatan primer pemangku kepentingan ditempat pertama. Selain itu, profitabilitas kegiatan CSR biasanya lebih tinggi dihargai dala kasus pemangku kepentingan utama, sedangkan kegiatan diarahkan ke masyarakat lokal dan lingkungan alam menerima peringkat lebih tinggi dari pada aktivitas yang ditujukan pada publik otoritas dan penyedia modal. Responden memperlakukan kegiatan CSR secara langsung pemangku kelengkapan sebagai pelengkap. Pendapat terkuat responden tentang orientasi kegiatan CSR dan Profitablitasnya yang membedakan tempat kerja selanjutnya adalah sektor ekonomi dan ukuran perusahaan memiliki perbedaan penilaian yang paling kecil.

Hunjra (2020) dapak tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan tata kelola perusahaan tentang resiko jatuhnya haraga saham disektor manufaktur india dan pakistan. Kami mengumpulkan data sembilan tahun dari 2010 hingga 2018 dari data stream dari 353 perusahaan manufaktur. Kami menerapkan metode umum of moments (GMM) untuk analisis data. Kami menemukan bahwa ketika perusahaan secara aktif terlibat dalam CSR aktivitas, mereka menyebabkan risiko jatuhnya harga saham berkurang. Kami selanjutnya menemukan kepemilikan manajerial itu memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap risiko jatuhnya harga saham, sedangkan ukuran dewan komisaris dan dualitas CEO menunjukan dampak signifikan dan negatife terhadap risiko jatuhnya harga saham.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Keagenan

Teori keagenan adalah teori yang menjalankan hubungan antara agen sebagai pihak yang mengelola perusahaan dan prinsipal sebagai pihak pemilik, keduanya terikat dalam sebuah kontrak. Pemilik atau prinsipal adalah pihak yang melakukan evaluasi terhadap informasi dan agen adalah sebagai pihak yang menjalankan kegiatan manajemen dan mengambil keputusan (Jensen dan Meckling, 1976).

Hubungan antara agen dan prinsipal dapat mengarah pada kondisi ketidak seimbangan informasi *(asymmetric information)* karena agen berada pada posisi yang meiliki informasi lebih banyak tentang perusahaan dibandingkan dengan prinsipal. Dengan informasi asimetri yang dimilikinya, akan mendorong agen untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui prinsipal. Manajer dapat membuat keputusan yang menguntungkan kepentingannya.

Konsep keagenan ini mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan, baik bersifat wajib maupun sukarela. Salah satu bentuk pengungkapan CSR. Dorongan ini ditunjukan sebagai penggerak yang digunakan untuk mengurangi asimetri informasi dan biaya agensi yang ditimbulkan dari konflik keagenan. Apabila asimetri informasi dibiarkan terjadi, maka dapat menyebabkan terjadinya *adverse selection*

maupun *moral hazard,* dengan konsekuensi perusahaan tidak melakukan praktik dan pengungkapan CSR (Aziz,2016).

Teori keagenan menjelaskan jika asimetri informasi secara inheren berada dalam organisasi karena manajer mempunyai banyak sekali informasi dari pada pemegang sahamnya, hal tersebut bisa dikurangi oleh dewa aktif yang menjaga tehadap penyembunyian dan distorsi manajerial. Dua mekanisme yang mungkin dapat mengurangi masalah agensi dan informasi asimetris dan mengurangi biaya agensi adalah pengawasan dewan dan transparansi melalui pengungkapan. Dewan komisaris independen diperlukan dalam memberikan pengawasan pada manajemen semakin ketat dan memperkenalkan pengungkapan informasi. Jika komisaris bersifat independen, maka keputusan yang dihasilkan perusahaan akan bersifat netral. Penelitian terdahulu juga memberikan bukti bahwa dewan yang independen berpengaruh positif dengan tanggung jawab sosial perusahaan (Abu Qa' dan Suwaidan 2019), (Biswas et al,2018), (Ibrahim & Hanefah 2016), (Villegas et al.,2018) dan (Naseem et al, 2017).

2.2.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Menurut Dowling dan Preffer (1975) dalam Ghozali dan Chariri (2016), hal tersebut didasarkan pada pandangan bahwa perusahaan untuk menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat dalam kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana perushaaan adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem tersebut selaras, hal tersebut dapat dipandang sebagai legitimasi perusahaan. Namun, ketika terjadi ketidak selarasan aktual diantara kedua sistem nilai tersebut, maka akan terdapat ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Legitimasi dianggap sebagai penyamaan 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, legitimasi bagi perusahaan cukup penting dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan kedepan Pratiwi (2020).

Pemikiran teori legitimasi adalah keberlanjutan keberadaan organisasi atau perusahaan akan diperoleh jika masyarakat menyadari bahwa oraganisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Perusahaan melakukan kegiatan usahanya didasari oleh kontrak sosial dengan masyarakat yang mencakup norma masyarakat atau lingkungan, sehingga manajemen lebih berfokus kepada interaksi antara perusahaan dan masyarakat (Deegan 2002 dalam Waluyo 2017).

2.2.3 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* didefinisikan sebagai teori yang mengasumsikan perihal keberadaan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas operasional dan memberikan kontribusi untuk *stakeholder*. Perusahaan harus menjaga hubungan baik dengan memenuhi kebutuhan dan keperluan stakeholdernya (Chariri dan Ghozali, 2007). Teori stakeholder mengasumsikan stakeholder memiliki hak yang sama agar mendapatkan informasi mengenai kegiatan bisnis entitas. Teori ini mempertimbangkan posisi pengguna laporan yang diaggap berkuasa.

Berdasarkan asumsi bahwa perusahaan yang tumbuh dengan pesat dapat menyebabkan public menjadi terkait dengan kegiatan bisnis perusahaan, sehingga dapat memperlihatkan akuntabilitas yang lebih luas dan tidak terbatas untuk pihak investor. Salah satu keperluan stakeholder yaitu informasi yang berkaitan dengan prospek perusahaan. Informasi mengenai kinerja perusahaan berkaitan dengan ekonomi, lingkungan dan sosial disapaikan perusahaan melalui laporan keberlanjutan. Pengungkapan ini sebagai praktik untuk berkomunikasi dengan para stakeholder dan meningkatkan kualitas bisnis perusahaan. Kepuasan stakeholder berdampak pada pemakaian sumber daya dan memberikan bantuan terhadap perusahaan agar proses tujuan tercapai maksimal.

Teori stakeholder menyoroti saling ketergantungan antara prusahaan dan pemangku kepentingannya. Perempuan dalam jajaran direksi dan komisaris mampu mendorong perusahaan dalam membangun hubungan baik dengan para stakeholder, karena tingkat kepedulian perempuan yang tinggi terkait isu sosial dan lingkungan. Proporsi perempuan dalam dewan juga tekah dikaitkan dengan konsep masa kritis dengan memiliki setidaknya tiga anggota dewan prempuan. Ketika jumlah perempuan

lebih rendah, maka tidak membawa manfaat bagi perusahaan karena kekuatan mereka yang terbatas (Ahmad,2018).

2.2.4 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutann dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Untung,2013: 1). *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsuen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dala segala aspek operasional perusahaan.

Banyak kasus sosial dan lingkungan yang terjadi seperti eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, keamanan, dan kualitas produk, meningkatnya polusi dan limbah, penyalahgunaan investasi, dan lain-lain menyebabkan banyaknya perhatian pada penerapan CSR. Dipilihnya perusahaan manufaktur sebagai sempel pada penelitian ini dikarenakan dalam aktivitasnya perusahaan manufaktur memiliki dampak yang lebih besar terhadap lingkungan sekitarnya yang merupakan aspek dari pengungkapan CSR.

Dalam buku,"Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility", Yusuf Wibsono (2007:99) menjelaskan manfaat atau keuntungan perusahaan disaat menerapkan program *Corporate Social Responsibilty* (CSR) yang dilihat dari aspek *stakeholder* dari *Corporate Social Responsibility* itu sendiri, yang pertama dapat bertumbuh dan berkembang serta memiliki citra yang baik dimata masyarakat, mempermudah perusahaan dalam memperoleh modal (*capital*), menciptakan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. Pengungkapan CSR diungkapkan melalui laporan tahunan prusahaan sehingga calon investor tertarik dengan adanya pengungkapan CSR (Hexana dan Nabil,2018).

Meningkatnya kesadaran masyarakat akan dampak kegiatan operasional perusahaan yang ditimbulkan secara tidak langsung mengubah sudut pandang perusahaan. Tanggung jawab sosial tidak lagi dipandang sebagai biaya yang

menurunkan laba, namun sebagai investasi untuk dapat meningkatkan citra baik dimata masyarakat sehingga dapat meningkatkan laba jangka panjang serta mempertahankan legitimasi dan going concern perusahaan. Untuk memperoleh legitimasi, pemegang kepentingan harus mengetahui realisasi tanggung jawab sosial yang dilakukan melalui pengungkapan CSR (Krisna dan Novrys,2016) dalam Utami (2019).

2.2.5 *Good Corporate Governance*

Tata kelola perusahaan (*Good Corporate Governance*) menjadi salah satu yang semakin populer di Indonesia. Banyak perusahaan telah menggunakan *Good Corporate Governance* sebagai rujukan dalam menjalankan perusahaannya. Dalam dunia global seperti sekarang ini, dimana tingkat persaingan yang semakin ketat mengharuskan perusahaan-perusahaan mengelola perusahaannya dengan professional. Demikian pula investor dalam mencari alternatife untuk berinvestasi, secara teoritis pelaksanaan *good corporate governance* dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan meningkatkan kinerja keuangan mereka, megurangi risiko yang mungkin dilakukan oleh dewan komisaris dengan keputusan-keputusan yang menguntungkan diri sendiri dan umumnya *good corporate governance* dapat meningkatkan kepercayaan investor.

The Indonesian institute for corporate governance (IICG) adalah salah satu pihak yang mendorong terciptanya tata kelola perusahaan yang baik di Indonesia. IICG didirikan 2 juni 2000 atas inisiatif Masyarakat Transparasi Indonesia (MTI) dan tokoh masyarakat untuk masyarakat. Prakti dan manfaat *Good Corporate Governance* (GCG) kepada dunia usaha khususnya dan masyarakat luas pada umumnya. IICG merupakan salah satu peran dari masyarakat sipil untuk mendorong terciptanya dunia usaha Indonesia yang terpercaya, etis dan bermartabat. Sebagai oraganisasi independen dan nirlaba, IICG berkomitmen mendorong praktik GCG atau tata kelola perusahaan dalam menerapkan konsep tata kelolaan perusahaan yang baik di Indonesia dan mendukung serta membantu perusahaan-perusahaan dalam menerapkan konsep *Good Coporate Governance*. Dengan tata kelola perusahaan yang baik, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan serta profitabilitas perusahaan dengan didasari oleh perundang-undangan dan nilai-nilai etika. Salah satu cara untuk meningkatkan kinerja perusahaan tersebut adalah dengan menerapkan *Good*

Corporate Social Responsibility. Sebagaimana yang dijelaskan Forum of Corporate Governance Indonesia (2016).

2.2.6 Dewan Komisaris

Dewan Komisaris merupakan mekanisme untuk mengawasi dan memberikan petunjuk serta arahan pada pengelolaan perusahaan atau pihak manajemen. Dewan Komisaris mempunyai wewenang untuk memberi petunjuk atau arahan kepada manajemen untuk mengungkapkan CSR. Dalam hal ini manajemen bertanggung jawab untuk mengingatkan efisiensi dan daya saing prusahaan. Dengan kekuasaan dewan komisaris yang luas dalam mengawasi dan mengendalikan manajemen perusahaan agar pengelolaan perusahaan semakin efektif, maka dengan kekuasaan dewan komisaris tersebut dapat digunakan untuk memberikan pengaruh yang besar dalam pelaksanaan CSR. Pihak manajemen dalam melaksanakan CSR dengan adanya pengaruh besar dari dewan komisaris Vivian (2020).

2.2.7 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial memperoleh keuntungan khusus atas biaya CSR dari pemegang saham lainnya, struktur kepemilikan modal harus memegang peranan dalam penetapan jumlah pengeluaran CSR. Tingkat kepemilikan manajerial yang semakin tinggi akan meningkatkan tingkat pengawasan terhadap manajemen *Corporate Social Responsibility* adalah salah satu aktivitas perusahaan yang di monitor oleh pemilik saham institusi. Kepemilikan manajerial merupakan jumlah kepemillikan saham oleh pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang dikelola (Aniktia dan Khafid, 2015). Kepemilikan manajerial yang besar didalam perusahaan akan meningkatkan tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan Darsono (2020).

2.2.8 Komite Audit

Komite audit adalah anggota yang disusun oleh dewan komisaris yang tugasnya meringankan dewan komisaris dalam melaksanakan tugas fungsinya dalam mengawasi atas kegiatan perseroan. Berdasarkan pada POJK (55:2015) komite audit setidaknya meliputi 3 (tiga) orang personil yaknki 1 (satu) orang sebagai ketua yang asalnya harus dari komisaris independen dan 2 (dua) anggota yang dari pihak eksternal

, setidaknya mempunyai 1 (satu) anggota dengan latar belakang pendidikannya akuntansi keuangan, komite audit salah satu indikator *Good Corporate Governance*. Dewan komisaris dapat membentuk komite audit sebagai bagian terpisah dan bertanggung jawab terhadap pengawasan secara menyeluruh.

2.2.9 Profitabilitas

Profitabilitas adalah keuntungan yang telah diraih perusahaan selama periode tertentu. Rasio profitabilitas digunakan untuk menilai seberapa besar jumlah laba dari investasi yang akan diterima oleh investor. Rasio profitabilitas memberikan gambaran serta ukuran tingkat kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dengan cara pemanfaatan sumber daya perusahaan seperti modal, aktiva ataupun penjualan penjualan perusahaan. Menurut Hanafih dan Abdul (2016:81) rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, serta modal saham tertentu. Tingkat profitabilitas menunjukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya (Hery, 2015). Tujuan dari didrikan suatu perusahaan yaitu memperoleh laba secara maksimal untuk para pemegang modal. Dalam mencari keuntungan, maka kegiatan operasional dimaksimalkan untuk mencapai laba yang diinginkan. Salah satu tantangan yang dihadapi suatu perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usahanya adalah dampak terhadap lingkungan dan sosial. Maka semakin tingginya laba suatu perusahaan yang dihasilkan, maka diharapkan dapat menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan baik oleh perusahaan Vivian dan wijaya (2020).

2.3 Hubungan antara Variabel penelitian

2.3.1 Pengaruh Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris merupakan mekanisme pengendali intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manjemen puncak. Individu yang bekerja sebagai dewan komisaris merupakan hal pnting dalam memonitor aktivitas manajemen efektif (Sembiring, 2005). Dewan komisari yang berasal dari luar akan lebih dipandang lebih baik karena pihak luar akan menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan prusahaan secara lebih obyektif disbanding

perusahaan yang memeiliki susunan dewan komisaris yang hanya berasal dari dalam perusahaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1: Dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Coroporate Sosial Responsibility*

2.3.2 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan manajerial diharapkan dapat meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, karena pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan mempengaruhi citra perusahaan dana akan berdampak pada laba perusahaan. Beberapa penelitian yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Struktur kepemilikan lebih banyak berada di tangan manajer, maka manajer akan lebih leluasa dalam mengatur melakukan pilihan-pilihan metode akuntansi, serta kebijakan-kebijakan *Corporate Social Responsibility* perusahaan (Lindawati,2015). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2: Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*

2.3.3 Pengaruh Komite Audit terhadap *Corporate Social Responsibility*

Menurut peraturan nomor IX.I.5 lampiran keputusan ketua Bapepam dan LK Nomor: Kep-643/BL/2012 pengertian komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada dewan komisaris dalam rangka membantu tugas dan fungsi dewan komisaris. *Corporate Social Responsibility* pada intinya adalah suatu upaya tanggung jawab perusahaan atau organisasi secara berkelanjutan atas dampak yang ditimbulkan dari keputusan dan aktivitas yang telah diambil dan dilakukan organisasi tersebut. Semakin besar komite audit, maka peran komite audit dalam mengendalikan dan memantau manajemen puncak akan semakin efektif. Susanti (2013) melakukan penelitian tentang pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan cosmetic and household

menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda, dia menemukan bahwa variabel ukuran komite audit berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Fitri (2009), justru menemukan hasil yang berbeda. dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di BEI menggunaka teknik analisis data regresi linier berganda, dia menemukan bahwa ukuran komite audit berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dari uraian di atas, hipotesis sebagai berikut:

H3: Komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadapa pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.3.4 Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Tingkat profitabilitas dapat menunjukan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung semakin luas Corporate Social Responsibilitiy. Dikaitkan dengan teori agensi, perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. (*ROA*) sebagai alat ukur profitabilitas perusahaan karena rasio ini dapat mengukur sejauh mana perusahaan menghasilkan laba bersih pada jumlah aset tertentu. Profitabilitas merupakan kemampuan prusahaan dalam mendapatkan laba selama periode tertentu, yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility.* Menurut Nurkhin (2009) dalam Nugroho dan Yulianto (2015) menyatakan bahwa perusahaan di Indonesia akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial ketika memperoleh profit yang tinggi, sehingga semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba semakin tinggi juga tingkat pengungkapan CSR. Maka Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H4: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.4 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan spesifik yang masih bersifatat prediksi atau dugaan peneliti, atau menjelsakan secara konkrit (bukan teoritis) apa yang diharapkan oleh peneliti dari rumusan masalah yang sudah diajukan sebelumnya. Dengan demikian, pernyataan hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah yang diajukan. Meski demikian, kadang-kadang sebuah hipotesis yang bertujuan untuk eksplorasi tidak membutuhkan hipotesis formal Hendrayadi (2019).

Berdasarkan hasil penelitian dan tinjauan pustaka terdahulu maka hipotesis dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Coroporate Sosial Responsibility*

H2: Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*

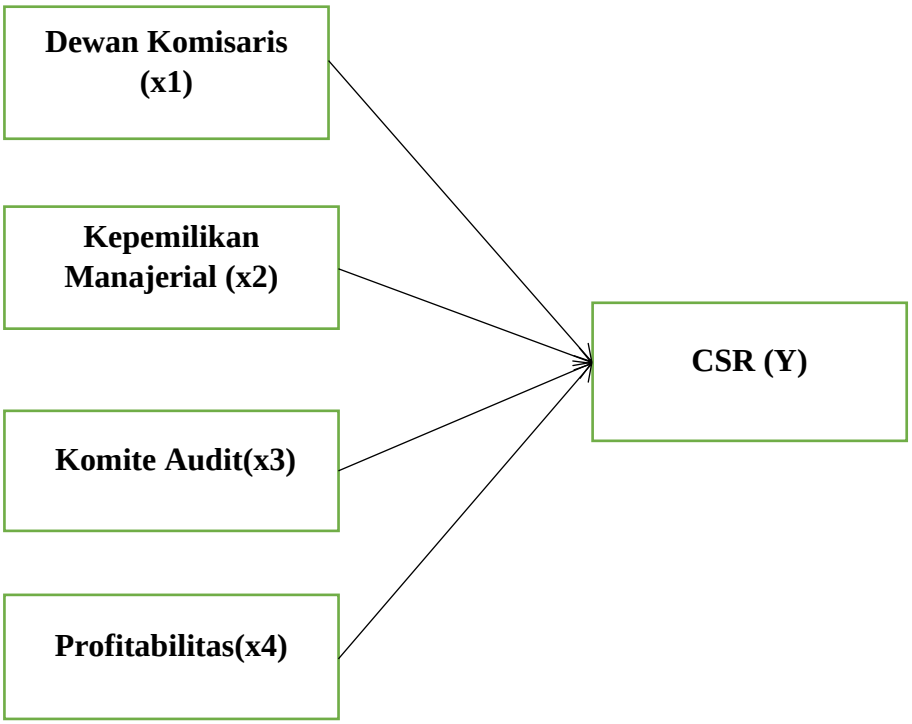
H3 : Komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadapa pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

H4 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.5 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan model konseptual merupakan sebuah penjelasan logis mengenai hubungan antar variabel. Teori ini dapat berasal dari dokumentasi teori dan penelitian sebelumnya pada masalah serupa. Melalui model konseptual terlihat dengan jelas hubungan-hubungan yang dibentuk dalam penelitian berdasarkan kerangka teritis yang sudah disusun Hendrayadi (2019).

Gambar 2.5


Dewan Komisaris (x1)
Kepemilikan Manajerial (x2)
Komite Audit(x3)
Profitabilitas(x4)
CSR (Y)