

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan tentang *corporate governance* dan karakteristik perusahaan terhadap *corporate social responsibility*. Dalam penelitian ini indikator *corporate governance* yaitu ukuran dewan komisari dan kepemilikan asing sedangkan indikator dari karakteristik perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Berikut merupakan paparan penelitian terdahulu yang meneliti *corporate governance* dan karakteristik perusahaan yang mempunyai keterkaitan dengan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut:

Cynthia Dwi Putri (2013 Jurnal Akuntansi vol. 1 No. 3) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Corporate Governance dan Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab social Perubahan di dalam Sustainability Report”. Hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa proporsi dewan komisaris Independen dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dalam SR, dan Kepemilikan Asing Berpengaruh Signifikan Negatif Terhadap Pengungkapan CSR dalam SR, sedangkan Umur Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR dalam SR.

Heti Herawati (2015 Jurnal Akuntansi Vol 2 No.2) Penelitian ini berjudul “*Corporate Governance, Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility*”. Hasil penelitiannya adalah bahwa variabel kepemilikan institusional dan dewan komisaris independen yang tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate*

Social Responsibility, sedangkan profitabilitas, *size* perusahaan dan umur perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Gusti Ayu Wiwik Sriayu dan Ni Putu Sri Harta Mimba (2013 Jurnal Akuntansi Vol:5 No.2) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate social Responsibility*”. Hasil penelitiannya adalah Variabel *Company size*, *foreign ownership*, dan *public ownership* berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan variabel *leverage*, *size of board of commissioners* dan *profitability* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Rizki Anggita Sari (2012 Jurnal Akuntansi No.1) dalam penelitiannya berjudul “Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*”. Hasil penelitiannya hasil variabel *profile*, *size* dan profitabilitas yang berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility disclosure*, secara simultan variabel *profile*, *size*, profitabilitas tidak terpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility disclosure*.

Eddy Rismanda Sembiring (2015 Jurnal Akuntansi Vol. 8x) dalam penelitian ini berjudul “Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab social Study Empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta”. Hasil Penelitiannya adalah Ukuran Perusahaan, *profile*, ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, sedangkan profitabilitas dan leverage berpengaruh tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Merve Kilic, Cemil Kuzey dan Ali Uyar (2015 *Journal Corporate Governance*, Vol. 15) dalam penelitian berjudul “*The impact of ownership and board structure on Corporate Social Responsibility (CSR) reporting in*

the Turkish banking industry”. Hasil Penelitiannya adalah size, ownership diffusion, board composition, board diversity berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Istianingsih (2015 Jurnal Ijaber. Vol. 13, No. 6) dalam penelitian ini berjudul “ Impact of firm characteristics on CSR disclosure evidence from Indonesia stock exchange”. Hasil Penelitiannya Ukuran dan Profile perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan GCG, profitabilitas, leverage, dan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Destya Ramia Abriyani (2012 *Journal of Business Administration*, Vol. 1, No. 5) dalam penelitian berjudul “The Effect of good corporate governance and financial performance on the corporate social responsibility disclosure of telecommunication company in Indonesia”. Hasil penelitiannya adalah Kepemilikan institusional dan komite berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR dan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Agency Theory

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan hubungan keagenan di dalam teori agensi (*agency theory*) bahwa perusahaan merupakan kumpulan kontrak (*nexus of contract*) antara pemilik sumber daya ekonomis (*principal*) dan manajer (*agent*) yang mengurus penggunaan dan pengendalian sumber daya tersebut. Dalam konsep teori akuntansi, manajemen sebagai agen seharusnya melakukan tindakan yang selaras

dengan kepentingan prinsipal, namun manajemen dapat melakukan tindakan-tindakan yang hanya memaksimalkan kepentingan sendiri. Agen bisa melakukan tindakan yang tidak menguntungkan prinsipal secara keseluruhan yang dalam jangka panjang bisa merugikan kepentingan dari perusahaan tersebut.

Jansen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa permasalahan tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Moral hazard*

Merupakan permasalahan yang timbul jika agen tidak melaksanakan hal-hal yang disepakati bersama dalam kontrak kerja, atau menyeleweng dari kesepakatan yang telah ditetapkan.

2. *Adverse selection*

Merupakan suatu tindakan dimana principal tidak dapat mengetahui apakah suatu kepentingan yang diambil oleh agen benar-benar didasarkan atas informasi yang telah diperolehnya atau terjadi sebagai sebuah kesalahan tugas.

Literatur akuntansi tentang pengungkapan sendiri seringkali mengacu pada konsep keagenan dengan menyediakan dorongan untuk melakukan pengungkapan dalam laporan tahunan. Dorongan ini ditunjukkan pada literatur sebagai alat penggerak yang digunakan untuk mengurangi asimetri informasi antara prinsipal dan agen. *Shareholder* sebagai prinsipal menggunakan informasi akuntansi untuk mengawasi kinerja manajemen yang bertindak sebagai agen. Mengingat arti penting informasi dan adanya informasi asimetris yang mempengaruhinya, diperlukan upaya untuk mengatasi informasi asimetris tersebut. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mereduksi informasi asimetris adalah dengan melakukan pengungkapan (*disclosure*) terhadap laporan tahunan perusahaan. Hal tersebut telah dibuktikan secara empiris oleh sejumlah peneliti, yakni bahwa pengungkapan (*disclosure*) dapat mengurangi

informasi asimetris. Informasi asimetris dapat diatasi secara efektif melalui *disclosure* selama *disclosure* yang disajikan sesuai dengan ketentuan yang ada, khususnya mengenai kewajaran *disclosure* yang disajikan dan dengan adanya motivasi kuat, niat baik, dan kejujuran pihak *insider* perusahaan dalam mengungkapkan seluruh informasi relevan yang ada, sehingga informasi asimetris dapat diminimalkan.

2.2.2. Legitimacy Theory

Teori legitimasi menjelaskan kontrak sosial organisasi dengan masyarakat, kelangsungan hidup perusahaan akan terancam jika masyarakat merasa organisasi telah melanggar kontrak sosialnya. Dimana jika masyarakat merasa tidak puas dengan operasi organisasi secara sah (*legitimate*) maka masyarakat dapat mencabut kontrak sosial dalam operasi organisasi (Deegan, 2002). Dowling dan Pfeffer (1975) menyatakan teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi dan menjadi sumber yang menentukan keberadaan perusahaan. Perusahaan dikatakan memiliki legitimasi ketika sistem nilai perusahaan sejalan dengan sistem nilai masyarakat. Ini berarti bahwa legitimasi adalah status atau kondisi yang terjadi ketika sistem nilai suatu entitas searah dan sejalan dengan sistem nilai yang ada di sosial masyarakat. Legitimasi adalah proses yang mengarah ke sebuah organisasi yang dipandang sah. Meskipun organisasi mempunyai kebijakan operasi dalam batasan institusi, kegagalan perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan norma yang berlaku di masyarakat, akan mengancam legitimasi perusahaan serta sumber daya perusahaan yang pada akhirnya mengancam kelangsungan perusahaan.

Perusahaan yang melakukan pengungkapan akan merasa bahwa keberadaan dan aktivitasnya terlegitimasi. Pengungkapan merupakan jembatan informasi yang menghubungkan perusahaan dengan masyarakat. Pengungkapan akan memberikan informasi yang lebih luas tentang perusahaan kepada masyarakat sebagai salah satu pengguna laporan

keuangan. Masyarakat kemudian akan mengetahui aktivitas perusahaan dalam hal ini sesuai dengan peraturan dan norma yang berlaku di masyarakat. Hal ini berarti perusahaan telah mendapatkan pandangan yang baik di masyarakat dan terhindar dari kemungkinan untuk pemberhentian aktivitas perusahaan.

Teori legitimasi dilandasi oleh kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Legitimasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan dan dicari perusahaan dari masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007). Shocker dan Sethi (1974) memberikan penjelasan mengenai kontak sosial sebagai berikut:

Semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit dimana kelangsungan hidup pertumbuhan didasarkan pada:

1. Hasil akhir (output) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas
2. Distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki.

2.2.3. Signaling Theory

Wolk dkk (2008) menyatakan teori sinyal menjelaskan alasan perusahaan menyajikan informasi untuk pasar modal. *Signalling theory* menekankan pada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan

oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi.

Signaling theory mengemukakan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan dan non-keuangan. Pengungkapan *CSR* yang tepat dan sesuai harapan *stakeholder* digunakan sebagai sinyal *goodnews* yang diberikan oleh pihak manajemen kepada publik bahwa perusahaan memiliki prospek bagus di masa depan dan memastikan terciptanya *sustainability development*.

2.2.4. Pengungkapan

Pengungkapan (*disclosure*) memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan (Chariri dan Ghazali, 2007). Hendriksen (2002) menyatakan bahwa pengungkapan dapat diartikan sebagai pengeluaran informasi (*the release of information*). Pengungkapan didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi untuk membantu investor dalam membuat prediksi kinerja perusahaan pada masa yang akan datang (Scott, 2012). Suwardjono (2010) menyatakan ada dua macam jenis pengungkapan yaitu pengungkapan sukarela dan pengungkapan wajib. Pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang dilakukan perusahaan di luar apa yang diwajibkan. Sebaliknya, pengungkapan wajib adalah pengungkapan yang dimandatkan oleh standard *setter* kepada manajemen dalam membuat pelaporan keuangan.

Menurut Suropto dan Baridwan (1999), pengungkapan sukarela yang disajikan oleh manajemen pada suatu perusahaan dipengaruhi oleh faktor biaya dan manfaat. Manajemen akan mengungkapkan informasi secara sukarela apabila manfaat yang diperoleh dari pengungkapan tersebut lebih besar dari biayanya. Biaya pengungkapan informasi oleh perusahaan dapat digolongkan menjadi biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya pengungkapan langsung adalah biaya-biaya yang dikeluarkan oleh

perusahaan untuk mengembangkan dan menyajikan informasi. Biaya-biaya tersebut meliputi biaya pengumpulan, biaya pemrosesan, biaya pengauditan (bila diperlukan) dan biaya penyebaran informasi. Biaya pengungkapan tidak langsung adalah biaya-biaya yang timbul akibat diungkapkannya dan atau tidak diungkapkannya informasi.

2.2.5. Corporate Social Responsibility (CSR)

A. Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yang dikutip dalam Effendi (2009), 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. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Sedangkan menurut Bowen dalam Carrol (1999) dalam Solihin (2009), tanggung jawab sosial perusahaan mengacu pada kewajiban perusahaan untuk membuat kebijakan dan garis tindakan yang sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat.

Ada beberapa penelitian terkait identifikasi mengenai pengungkapan terhadap CSR, meskipun sampai saat ini masih terdapat perbedaan pendapat mengenai isi dari pengungkapan CSR itu sendiri (Chariri dan Ghozali, 2007). Menurut Zeghal dan Ahmed (1990) dalam Anggraini (2006) mengidentifikasikan beberapa hal yang berkaitan dengan pelaporan CSR perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.

2. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi.
3. Praktik bisnis yang wajar, meliputi, pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.
4. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
5. Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi.

Sementara itu, Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa *Corporate Sustainability Reporting* terbagi menjadi tiga kategori yang biasa disebut sebagai aspek *Triple Bottom Line*, yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial.

Tabel 2.1
Tiga Kategori *Corporate Sustainability Reporting*

Kategori	Aspek
Kinerja Ekonomi	
Pengaruh ekonomi secara langsung	Pelanggan, Pemasok, Karyawan, penyedia modal dan sektor publik
Kinerja lingkungan	
Hal-hal yang terkait dengan lingkungan	Bahan baku, energi, air, keanekaragaman hayati, emisi, sungai, dan sampah, pemasok, produk dan jasa, pelaksanaan, dan angkutan
Kinerja sosial	
Praktik kerja	Keamanan dan keselamatan tenaga kerja, pendidikan dan training, kesempatan kerja
Hak manusia	Strategi dan manajemen, non diskriminasi, kebebasan berserikat dan berkumpul, tenaga kerja di bawah umur, kedisiplinan dan keamanan
Sosial	Komunitas, korupsi, dan penetapan harga
Tanggung jawab terhadap produk	Kesehatan dan keamanan pelanggan, iklan yang peduli terhadap hak pribadi

Sumber: darwin (2004) dalam Anggaini (2006)

B. Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan ISO 26000: 2010 *Guidance on Social Responsibility* terdapat prinsip yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial (www.csrindonesia.com), yaitu akuntabilitas, transparansi, perilaku etis, penghormatan terhadap kepentingan *stakeholders*, kepatuhan terhadap hukum, penghormatan kepada norma perilaku internasional, dan penegakan hak asasi manusia.

C. Manfaat Implementasi *CSR*

Effendi (2009) menyatakan ada empat manfaat yang diperoleh perusahaan jika mengimplementasikan *CSR*, yaitu: 1) keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan. Selain itu, perusahaan juga mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas; 2) perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal; 3) perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas; 4) perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko.

2.2.6. *Good Corporate Governance (GCG)*

Menurut *Finance Committee on Corporate Governance* dalam Effendi (2009), *Corporate governance* merupakan proses dan struktur yang digunakan untuk mengarahkan dan mengelola bisnis serta aktivitas perusahaan ke arah peningkatan pertumbuhan bisnis dan akuntabilitas perusahaan. Solihin (2009) menyatakan bahwa salah satu implementasi *GCG* di perusahaan adalah penerapan *CSR*. Hal ini karena implementasi *CSR* juga menjadi salah satu prinsip pelaksanaan *GCG*. Sebagaimana dijelaskan dalam Pedoman Umum *GCG* Indonesia khususnya prinsip responsibilitas, dimana dinyatakan bahwa “Perusahaan harus mematuhi

peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*”.

Menurut Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia yang dikutip dalam Solihin (2009), *GCG* memiliki prinsip-prinsip sebagai berikut: 1) transparansi; 2) akuntabilitas; 3) responsibilitas; 4) independensi; dan 5) kewajaran serta kesetaraan. Penerapan *corporate governance* memberikan empat sendiri manfaat seperti meningkatnya kinerja perusahaan, mempermudah diperolehnya dana pembiayaan, mengembalikan kepercayaan investor, dan meningkatkan kepuasan pemegang saham atas kinerja perusahaan.

2.2.6.1. Ukuran Dewan Komisaris

Menurut Undang-Undang No 40 Tahun 2007 pasal 108 Tentang Perseroan Terbatas, dewan komisaris bertugas mengawasi kebijaksanaan direksi dalam menjalankan perusahaan serta memberikan nasehat kepada direksi. Selain itu, ditegaskan kembali dalam UUPT No 40 Tahun 2007 pasal 108 ayat (5) dijelaskan bahwa perusahaan yang menerbitkan surat pengakuan utang kepada masyarakat atau berbentuk PerseroanTerbuka wajib memiliki paling sedikitnya 2 (dua) anggota dewan komisaris. Oleh karena itu, jumlah anggota dewan komisaris dalam tiap perusahaan berbeda-beda yang disesuaikan dengan kompleksitas perusahaan dengan tetap memperhatikan efektivitas dalam pengambilan keputusan.

Dalam susunan keanggotaan dewan komisaris terdiri atas komisaris utama, komisaris independen, dan komisaris. Kedudukan masing-masing anggota dewan komisaris termasuk komisaris utama adalah setara. Komisaris utama sebagai *primus inter pares* bertugas mengkoordinasikan kegiatan dewan komisaris (Komite Nasional Kebijakan Governance, 2006).

Dewan komisaris memegang peranan penting dalam pelaksanaan *corporate governance*. Dewan komisaris juga diberikan wewenang untuk mengambil keputusan atas nama pemilik (Patelli dan Prencilpe, 2007 dalam Achmad, 2012). Namun, pengambilan keputusan yang dilakukan dewan komisaris hanya dalam lingkup fungsinya sebagai pengawas, sehingga keputusan mengenai kegiatan operasional perusahaan tetap menjadi tanggung jawab dewan direksi.

2.2.6.2. Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing dapat menjadi salah satu pendukung mekanisme *corporate governance*, dimana perusahaan dengan kepemilikan asing ini akan meningkatkan persaingan pasar di Indonesia. Peningkatan persaingan ini memaksa perusahaan untuk selalu melakukan peningkatan teknologi dan perbaikan di dalam *corporate governance* sehingga terdapat keselarasan antara kepentingan manajer, investor, dan *stakeholders* lainnya. Kepemilikan saham asing sendiri merupakan jumlah saham yang dimiliki oleh pihak asing (luar negeri) baik oleh individu maupun lembaga terhadap saham perusahaan di Indonesia. Selama ini kepemilikan oleh pihak asing merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan *CSR*.

Menurut Puspitasari (2009), perusahaan yang memiliki kepemilikan saham asing cenderung memberikan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan yang tidak. Hal ini disebabkan beberapa alasan. Pertama, perusahaan asing terutama dari Eropa dan Amerika lebih mengenal konsep praktik dan pengungkapan *CSR*. Kedua, perusahaan asing mendapatkan pelatihan yang lebih baik dalam bidang akuntansi dari perusahaan induk di luar negeri. Ketiga, perusahaan tersebut mungkin mempunyai sistem informasi yang lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan internal dan kebutuhan perusahaan induk. Keempat, kemungkinan permintaan informasi

yang lebih besar pada perusahaan berbasis asing dari pelanggan, pemasok, dan masyarakat umum.

2.2.7. Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan dapat berupa ukuran perusahaan (size), profitabilitas, jumlah pemegang saham, status pendaftaran perusahaan di pasar modal, *leverage*, rasio likuiditas, basis perusahaan, jenis industri, serta profil karakteristik lainnya (Marwata, 2001). Berbeda halnya pendapat oleh (Lang dan Lundholm, 1993) dimana karakteristik perusahaan dapat merupakan prediktor kualitas pengungkapan literatur teoritis dan empiris menunjukkan bahwa beberapa karakteristik perusahaan dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan dalam laporan tahunan. Setiap perusahaan memiliki ciri ataupun karakteristik yang berbeda dengan perusahaan lainnya. Karakteristik perusahaan sendiri didasarkan pada jenis usaha, pangsa pasar, dan sumber daya (Lang dan Lundholm, 1993). Dalam penelitian ini karakteristik perusahaan yang digunakan variabel penelitian adalah ukuran perusahaan (size). Berikut uraian mengenai ukuran perusahaan.

2.2.7.1. Ukuran Perusahaan

Perusahaan besar merupakan emiten yang paling banyak disoroti oleh publik sehingga pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab perusahaan (Sembiring, 2005). Menurut Cowen dkk. (1987) perusahaan yang lebih besar akan berada dalam tekanan untuk mengungkapkan aktivitas mereka untuk melegitimasi bisnis mereka karena perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak, memiliki pengaruh yang lebih besar kepada masyarakat, memiliki pemegang saham yang mungkin peduli dengan program lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan, dan laporan tahunannya lebih efisien dalam mengkomunikasikan informasi tersebut kepada *stakeholder*.

Sehingga perusahaan yang lebih besar senantiasa terdorong untuk melakukan pengungkapan informasi lingkungannya.

2.3. Pengembangan Hipotesis

2.3.1. Hubungan Ukuran Dewan Komisaris dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam entitas bisnis yang berbadan hukum perseroan terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung-jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi, 2002). Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi CSR lebih banyak, sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Ukuran dewan komisaris adalah seluruh anggota dewan komisaris yang berada dalam perusahaan yang menjalankan fungsi operasional perusahaan serta berusaha mewujudkan cita-cita perusahaan demi kepentingan pemegang saham. Besarnya atau kecilnya ukuran dewan komisaris adalah salah satu faktor dari kesuksesan perusahaan. Besarnya ukuran dewan komisaris akan menambah pengetahuan masing-masing dewan yang akan membantu dalam menjalankan perusahaan, tetapi semakin besarnya ukuran dewan komisaris dapat menimbulkan kontradiksi pemikiran dalam mengambil keputusan yang mengakibatkan penundaan pengambilan keputusan. Sedangkan kecilnya ukuran dewan komisaris dipandang lebih efisien dan efektif dalam pemantauan dan pengawasan kinerja perusahaan serta pengambilan keputusan karena tidak menimbulkan kontradiksi pemikiran yang akan menghambat operasional perusahaan. Menurut Menurut Sembiring (2015), jumlah anggota dewan komisaris yang semakin besar menyebabkan pengendalian terhadap CEO semakin mudah serta semakin efektif dalam melakukan pengawasan sehingga pihak manajemen

akan mendapatkan tekanan yang semakin besar dalam mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaannya. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*

2.3.2. Hubungan Kepemilikan Asing dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan saham asing (*foreign shareholding*) merupakan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak asing (luar negeri) baik individu maupun lembaga terhadap saham entitas bisnis di Indonesia. Banyak penelitian yang menggunakan *foreign shareholding* sebagai variabel independen yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hadi dan Sabeni (2002) menunjukkan hasil yang signifikan terhadap luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan. Penelitian Hadi dan Sabeni tersebut berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amran dan Devi (2008) yang menunjukkan hasil tidak signifikan. Berdasarkan uraian diatas dan ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Foreign ownership merupakan proporsi kepemilikan saham perusahaan yang ada di Indonesia oleh pihak asing baik individu maupun lembaga.. Menurut Soliman dkk. (2012), investor asing akan cenderung menekan manajer untuk membuat keputusan yang bertanggung jawab secara sosial agar tidak kehilangan investasi karena kebangkrutan atau peraturan/sanksi hukum. Penelitian oleh Sari, dkk. (2010) serta Politon dan Sri (2013) menunjukkan bahwa *foreign ownership* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: Kepemilikan asing berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*

2.3.3. Hubungan Ukuran Perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Pada penelitian Sari (2012), menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (*size*) yang diukur dengan log natural (total aset) berpengaruh positif terhadap CSR. Semakin besar aset suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar sehingga untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Penelitian Eriandani (2013) juga menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan.

Ukuran perusahaan ikut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, semakin dikenal masyarakat yang berarti semakin mudah untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan, karena perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung mendapat pengawasan dari masyarakat dan memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan kecil sehingga akan mengungkapkan lebih banyak informasi. Kemudahan dalam mendapatkan informasi akan meningkatkan kepercayaan investor dan mengurangi faktor ketidakpastian. Penelitian oleh Sembiring (2015) menunjukkan bahwa *company size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*

2.4. Model Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bukti empiris pengaruh ukuran dewan komisaris, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan, terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berikut adalah model penelitian yang menggambarkan hubungan antar variabel dalam penelitian ini:

