

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori Stakeholder

Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Chariri: 2008). Dengan alasan tersebut, perusahaan akan melakukan aktivitas untuk mencari dukungan, semakin *powerfull stakeholder* makin besar usaha perusahaan. Pengungkapan pertanggungjawaban sosial dilakukan perusahaan sebagai upaya dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*.

*Stakeholder* yaitu semua pihak internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi maupun dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung (Hadi, 2011:3). Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga diluar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Menurut Branco dan Rodrigues (2007), teori *stakeholder* didasarkan pada gagasan bahwa diluar pemegang saham (*shareholder*) ada beberapa pihak yang berkepentingan dengan tindakan dan keputusan-keputusan perusahaan. Teori

*stakeholder* menekankan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial yang menuntut suatu perusahaan mempertimbangkan semua kepentingan berbagai pihak yang terkena pengaruh atas tindakannya (Riyadi, 2008).

*Stakeholder* dapat dibagi menjadi dua berdasarkan karakteristiknya yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder (Clarkson, 1995). *Stakeholder* primer adalah seseorang atau kelompok yang tanpanya perusahaan tidak dapat bertahan untuk *going concern*, meliputi: *shareholder* dan investor, karyawan, konsumen dan pemasok, bersama dengan yang didefinisikan sebagai kelompok *stakeholder* publik, yaitu : pemerintah dan komunitas. Kelompok *stakeholder* sekunder didefinisikan sebagai mereka yang mempengaruhi, atau dipengaruhi perusahaan, namun mereka tidak berhubungan dengan transaksi dengan perusahaan dan tidak esensial kelangsungannya.

Dari dua jenis *stakeholder* diatas, *stakeholder* primer adalah *stakeholder* yang paling berpengaruh bagi kelangsungan perusahaan karena mempunyai *power* yang cukup tinggi terhadap ketersediaan sumber daya perusahaan. Oleh karena itu, “ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*” (Ghozali dan Chairi, 2007).

### **2.1.2 Teori Keagenan (Agency Theory)**

Teori keagenan (*Agency Theory*) menjelaskan tentang antara manajer (*agent*) dan pemilik perusahaan (*principal*) (Jonson dan Susanti, 2012). Prinsipal adalah pemangku kepentingan (*stakeholder*), atau orang yang menyerahkan modal atau sumber daya kepada agen untuk dikelola dan kemudian prinsipal akan meminta perkembangan dan pertanggungjawaban atas modal atau sumber daya yang dikelola oleh agen dalam bentuk keuntungan atas sumber daya yang diberikan. Sedangkan agen adalah pihak yang direkrut oleh prinsipal untuk menjalankan operasional perusahaan, mengelola modal atau sumber daya yang diberikan oleh prinsipal dan nantinya agen akan diberi imbalan atas usahanya untuk mengelola sumber daya tersebut dalam bentuk gaji (Febriani, 2015).

Perusahaan akan selalu berusaha untuk memberikan informasi lebih kepada *stakeholder*. Manfaat pelaporan modal intelektual kepada prinsipal adalah untuk memberikan informasi kepada prinsipal agar dapat lebih memahami kondisi perusahaan saat ini, dan memberikan pemahaman mengenai strategi dan bagaimana perusahaan menggunakan pasar modal intelektualnya. Informasi tersebut akan mengurangi asimetri informasi antara pihak prinsipal dan agen, sehingga permasalahan agensi antara kedua belah pihak dapat diminimalisir (Utomo, 2015).

### **2.1.3 Pengertian Bursa Efek**

Pengertian bursa efek telah didefinisikan dalam Undang-Undang No. 8 tahun 1995, tentang pasar modal. Bursa efek adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dan atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek di antara mereka. Efek juga dijelaskan dalam Undang-

Undang No. 8 tahun 1995, tentang pasar modal. Efek adalah surat berharga, yaitu surat pengakuan utang, surat berharga komersial, saham, obligasi, tanda bukti utang, unit penyertaan kontrak investasi kolektif, kontrak berjangka atas efek, dan setiap derivatif dari efek.

Setiap negara tentunya memiliki bursa efeknya masing-masing. Di Indonesia, kita memiliki Bursa Efek Indonesia (BEI) atau juga dikenal dengan sebutan IDX (*Indonesia Stock Exchange*). Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah lembaga pemerintah yang berperan sebagai penyelenggara bursa. Artinya, Bursa Efek Indonesia bertugas untuk memfasilitasi perdagangan efek di Indonesia.

#### **2.1.4 Pengertian Perusahaan Manufaktur**

Perusahaan manufaktur adalah suatu perusahaan yang aktivitasnya mengolah bahan mentah atau bahan baku sehingga menjadi barang jadi lalu menjualnya kepada konsumen. Umumnya kegiatan seperti ini sering di sebut dengan proses produksi ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)).

Penelitian ini mengambil sampel perusahaan manufaktur sub sektor kimia dan sub sektor semen yaitu:

- 1) Sub sektor industri semen, industri semen merupakan industri yang memproduksi zat yang digunakan untuk merekat batu bata, batako, maupun bahan bangunan lainnya.
- 2) Sub sektor industri kimia, merupakan industri yang terlibat dalam produksi zat kimia. Industri kimia terlibat dalam pemrosesan bahan mentah yang diperoleh melalui penambangan, pertanian, dan sumber-sumber lain, menjadi material, zat kimia, serta senyawa kimia yang dapat berupa produk akhir atau produk antara yang akan digunakan di industri lain.

### 2.1.5 Corporate Social Responsibility (CSR)

Terdapat banyak definisi mengenai CSR, baik yang dikemukakan oleh pakar maupun suatu lembaga. Lembaga yang mengemukakan definisi CSR yang sesuai dengan teori *corporate sustainability* adalah *The World Business Council for Sustainability Development*. Organisasi tersebut mendefinisikan CSR sebagai komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi. Pada saat yang sama meningkatkan kualitas hidup dan para pekerja dan keluarganya, demikian pula masyarakat lokal dan masyarakat secara luas (Kurniati, 2011). Menurut Harsanti (2011), mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan komunitas luas.

Terdapat beberapa manfaat dan tujuan bagi perusahaan dalam pelaksanaan kegiatan CSR. Menurut Lako (2011), tujuan dari adanya pelaksanaan CSR adalah agar keberadaan suatu perusahaan tidak hanya semata-mata sebagai institusi ekonomi yang mencari laba karena telah melakukan kontrak hukum dengan negara, tetapi juga sebagai institusi sosial dan bagian dari ekosistem setempat.

Konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait dan/atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*.

Hal tersebut didukung oleh Gray. *et al.*, (1994) dalam Chariri dan Ghozali (2007) yang menyatakan bahwa, “kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*”.

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan (CSR) dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut :

- 1) *Basic responsibility* (BR) Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti; perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.
- 2) *Organization responsibility* (OR) Pada level kedua ini menunjuk tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholder* seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat disekitarnya.
- 3) *Societal responses* (SR) Pada level ketiga, menunjukan tahapan ketikainteraksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

#### **2.1.6 Pengungkapan Corporate Social Responsibility(CSR)**

Sejak tanggal 23 September 2007, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) mulai diwajibkan melalui Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007, khususnya untuk perusahaan-perusahaan yang hidup dari ekstraksi sumber daya alam. Dalam pasal 74 Undang-Undang tersebut diatur tentang kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

Pengungkapan program CSR di Indonesia telah diperkuat dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah No.47/2012 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perseroan Terbatas”. Peraturan ini melengkapi peraturan yang diatur dalam UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dalam Pasal 74 (1).

Definisi dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) itu sendiri menurut Harsanti (2011) adalah sebagai pengadaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dan lingkungan sosial, yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan lainnya yang terpisah.

Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan untuk mengukur CSR (*Corporate Social Responsibility*) dengan rumus sebagai berikut (Cahyono, 2011):

$$CSDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSDI<sub>j</sub> : Corporate Social Responsibility Disclosure Index Perusahaan j

n<sub>j</sub> : Jumlah item untuk perusahaan j, n<sub>j</sub> = 79

X<sub>ij</sub> : 1 = jika item I diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan. Dengan demikian, 0 < CSDI<sub>j</sub> < 1

## **2.1.7 Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR**

### **2.1.7.1 Ukuran Perusahaan**

Menurut Darwis (2009), ukuran perusahaan merupakan variabel yang digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini jika dikaitkan dengan teori agensi, maka perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin mendapat perhatian dari pasar maupun publik (Handayati, 2011). Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil.

Perusahaan besar juga akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui laporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan (Hartono, 2000:254) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{SIZE} = \text{Log Total Aset}$$

### 2.1.7.2 Profitabilitas

Profitabilitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Handayati, 2011). Hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR dapat dikaitkan dengan teori keagenan dimana perolehan laba yang semakin besar menyebabkan perusahaan melakukan pengungkapan sosial secara lebih luas.

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal. Dengan memperoleh laba yang maksimal, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru (Kasmir, 2011 : 196).

Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi, karena ingin menunjukkan kepada publik dan *stakeholders* bahwa perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain pada industri yang sama (Almiyanti, 2014). Apabila perusahaan dapat mencapai rasio profitabilitas yang tinggi, maka akan memicu pihak manajemen untuk mengungkapkan informasi sosial sehingga mengurangi resiko adanya pandangan yang negatif dari pasar (Almiyanti, 2014).

Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan untuk mengukur profitabilitas (Ariyanti, 2010:222) dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{L}{T} \frac{B}{A}$$

### 2.1.7.3 Kepemilikan manajemen

Kepemilikan manajerial merupakan saham oleh manajemen perusahaan yang diukur dengan presentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen (Dewi, 2008). Pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. Adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen akan menimbulkan suatu pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan. Kepemilikan manajemen juga dapat diartikan sebagai persentase saham yang dimiliki oleh manajer dan direktur perusahaan pada akhir tahun untuk masing-masing periode pengamatan (Janra, 2015). Pendekatan keagenan menganggap struktur kepemilikan manajerial sebagai suatu instrument atau alat yang digunakan untuk mengurangi konflik keagenan terhadap sebuah perusahaan. Peningkatan kepentingan manajerial digunakan sebagai cara untuk mengurangi konflik keagenan. Konflik antara prinsipal dan agen dapat dikurangi dengan mensejajarkan kepentingan antara prinsipal dan agen.

Kehadiran kepemilikan saham oleh manajerial dapat digunakan untuk mengurangi *agency cost* yang berpotensi timbul, karena dengan memiliki saham perusahaan diharapkan manajer merasakan langsung manfaat dari setiap keputusan yang diambilnya. Dengan peningkatan persentase kepemilikan, manajer termotivasi meningkatkan kinerja dan bertanggung jawab meningkatkan kemakmuran pemegang saham.

Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan untuk mengukur kepemilikan manajemen (Kartika Nuringsih, 2005:113) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{MANJ} = \frac{\text{Jumlah Saham yang dimiliki oleh Manajemen}}{\text{Jumlah Saham yang beredar}}$$

#### 2.1.7.4 Umur Perusahaan

Defenisi umur perusahaan yaitu lamanya suatu perusahaan berdiri yang dihitung sejak berdirinya perusahaan sampai tahun penelitian (Cahyani, 2014). Semakin lama perusahaan maka semakin terlihat pula eksistensi perusahaan, sehingga semakin tinggi pula pengungkapan yang dilakukan untuk menciptakan keyakinan pada pihak luar perusahaan dalam kualitas perusahaannya (Nugroho, 2012). Umur perusahaan sangat bergantung pada lama tidaknya perusahaan yang juga berpengaruh terhadap struktur modal, terutama berkaitan dengan kemampuan memperoleh pinjaman. Perusahaan yang lebih tua lebih mudah memperoleh pinjaman karena lamanya perusahaan itu berdiri atau beroperasi yang dijadikan jaminan lebih besar dan tingkat kepercayaan bank juga lebih tinggi. Aktiva yang dijaminakan dapat berupa aktiva tetap berwujud serta aktiva lainnya seperti piutang dagang dan persediaan.

Menurut teori legitimasi, perusahaan dianjurkan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima masyarakat, sehingga semakin lama perusahaan dapat bertahan maka semakin banyak juga informasi sosial yang diungkapkan perusahaan sebagai wujud tanggung jawabnya agar tetap diterima masyarakat (Utami, 2011). Perusahaan yang beroperasi lama memungkinkan berada dalam keadaan operasi dan kinerja keuangan yang kokoh dan memiliki variabilitas lebih kecil dalam akrualnya (Gu *et al.*, 2002 dalam Sasuryo, 2010). Sehingga semakin lama perusahaan beroperasi semakin luas pengalaman untuk menampilkan informasi yang dibutuhkan para *stakeholder*.

Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan untuk mengukur umur perusahaan (Ulum, 2009:203) dengan rumus sebagai berikut:

$$UP = \text{Tahun observasi} - \text{tahun berdiri}$$

## 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Untuk lebih jelasnya lagi bisa dilihat tabel penelitian terdahulu yang relevan di bawah ini sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Anggara Fahrizqi (2010)	Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam laporan tahunan perusahaan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.</li> <li>• Sedangkan <i>leverage</i> dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.</li> </ul>
2	EkoTriyanto (2010)	Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2005-2008)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel karakteristik perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</li> <li>• Sedangkan variabel profitabilitas, <i>leverage</i>, ukuran dewan komisaris, dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.</li> </ul>

Lanjutan tabel 2.1

3	Jayanti Purnaisiwi (2011)	Analisis Pengaruh <i>Size</i> , Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel Ukuran perusahaan, profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</li> </ul>
4	M Wijaya (2012)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggungjawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel ukuran dewan komisaris, <i>leverage</i>, profitabilitas, dan kinerja lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.</li> <li>• Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.</li> </ul>
5	Purwandaka (2012)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.</li> <li>• Sedangkan variabel <i>size</i> perusahaan, struktur kepemilikan, dan sensitifitas industri berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR Perusahaan.</li> </ul>

Lanjutan tabel 2.1

6	Rizkia Anggita Sari (2012)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel Ukuran Perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR.</li> <li>• Sedangkan variabel <i>leverage</i> dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR.</li> </ul>
7	Suryani (2013)	Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2009-2011	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel <i>Leverage</i>, Ukuran Perusahaan dan Usia Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.</li> <li>• Sedangkan variabel Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</li> </ul>
8	C Evandini (2014)	Faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.</li> <li>• Sedangkan variabel <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.</li> </ul>

Lanjutan tabel 2.1

9	Florentina Erika (2015)	Analisi Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</li> </ul>
10	Nur Adila (2016)	Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam laporan tahunan perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel kepemilikan manajemen, komisaris independen, dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.</li> <li>• Sedangkan tipe industri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.</li> </ul>
11	Anisya Istifarah (2017)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel profitabilitas, <i>leverage</i>, ukuran dewan komisaris dan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.</li> </ul>

Sumber : Hasil Review Penelitian-penelitian terdahulu

### 2.3 Pengembangan Hipotesis

### **2.3.1 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR**

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total altiva. Ukuran perusahaan berhubungan dengan kualitas laba maka semakin besar perusahaan maka semakin tinggi pula kelangsungan usaha suatu perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan sehingga perusahaan tidak perlu melakukan praktik manipulasi laba (Sukmawati,2014).Dalam penelitian Fahrizqi (2010) dan M Wijaya (2012) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016.

### **2.3.2 Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR**

Secara umum defenisi *profitability* adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya sehari-hari. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Dalam penelitian Fahrizqi (2010) dan J Purnasiwi (2011) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Triyanto (2010) dan M Wijaya (2012) menyatakan bahwa profitabilitas tidak

berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>2</sub> : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016.

### **2.3.3 Pengaruh Kepemilikan Manajemen terhadap pengungkapan CSR**

Adanya kepemilikan saham oleh manajerial dapat digunakan untuk mengurangi *agency cost* yang berpotensi timbul, karena dengan memiliki saham perusahaan diharapkan manajer merasakan langsung manfaat dari setiap keputusan yang diambilnya. Dengan peningkatan persentase kepemilikan, manajer termotivasi meningkatkan kinerja dan bertanggung jawab meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Dalam penelitian Anggraini (2006) menyatakan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nur Adila (2016) menyatakan bahwa kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>3</sub> : Kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016.

### **2.3.4 Pengaruh Umur Perusahaan terhadap pengungkapan CSR**

Umur perusahaan merupakan waktu yang sudah dicapai sejak awal berdiri hingga waktu yang tak terbatas. Perusahaan yang mempunyai umur relatif lebih, biasanya lebih baik mengumpulkan, memproses dan menghasilkan informasi, hal itu dikarenakan perusahaan sudah memiliki jam kerja yang banyak.

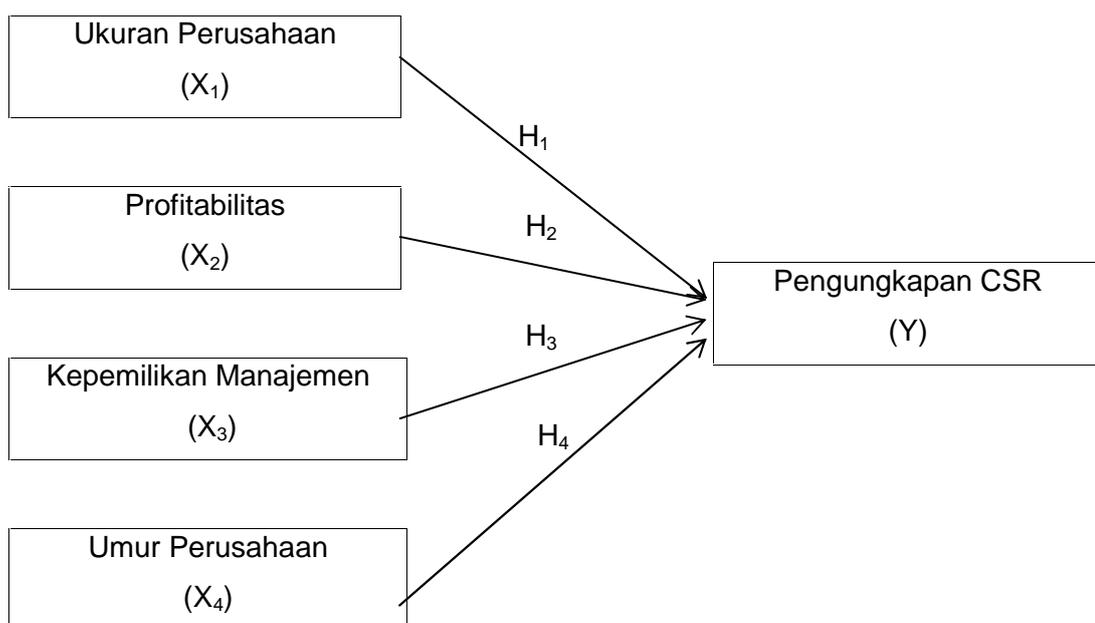
Secara umum, perusahaan yang telah lama melakukan usaha cenderung akan mengungkapkan informasi sosial perusahaan lebih banyak dari pada perusahaan yang baru beroperasi (Anindita, 2008). Dalam penelitian Triyanto (2010) menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>4</sub> : Umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan analisis dalam landasan teori dan penelitian terdahulu yang menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan manajemen, dan umur perusahaan. Maka dibuat model penelitian seperti gambar berikut ini :

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber : Anggara Fahrizqi (2010)

## 2.5 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan Sugiyono (2009: 96).

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sub sektor kimia dan sub sektor semen yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016
- H<sub>2</sub> : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sub sektor kimia dan sub sektor semen yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016
- H<sub>3</sub> : Kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sub sektor kimia dan sub sektor semen yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016
- H<sub>4</sub> : Umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sub sektor kimia dan sub sektor semen yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016