

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### II.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

Berikut ini akan dipaparkan mengenai penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Beberapa penelitian terdahulu terkait dengan Pengungkapan CSR adalah sebagai berikut :

a. Merina (2012)

Penelitian ini membahas tentang “*The Factors that Effect to the Disclosure of Corporate Social Responsibility in Manufacturing Companies Listed in Indonesia Stock Exchange*”. Lokasi penelitian ini dilakukan di Indonesia. Penelitian ini mengambil sampel menggunakan metode purposive sampling dengan hasil 30 Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia dan terdaftar di PROPER selama tahun 2008-2009. Penelitian hipotesis menggunakan regresi berganda. Penelitian ini dilakukan dengan beberapa variabel independen diantaranya Proper Rank diukur kriteria proper. Profitabilitas diukur dengan ROA. *Leverage* diukur dengan *Debt to Equity*. *Government regulation* diukur dengan undang-undang CSR. *Size* diukur dengan *total assets*. Hasil dari penelitian Proper Rank tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan bahwa tinggi rendahnya kinerja lingkungan perusahaan tidak akan mempengaruhi keluasan pengungkapan tanggung jawab sosial. ROA tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. *Leverage* tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan karena tanpa adanya hubungan yang baik dengan pihak *debtholders* maka hal ini akan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. *Government*

*regulation* tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan peraturan yang mengatur CSR di Indonesia masih rendah. *Size* berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Keterbatasan penelitian ini, hanya menggunakan satu periode pengamatan karena periode penelitian yang lebih panjang akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh hasil yang lebih mendekati kondisi sebenarnya

b. Nur (2012)

Penelitian ini membahas tentang “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori *High Profile* Yang *Listing* Di Bursa Efek Indonesia)”. Lokasi penelitian ini dilakukan di Indonesia. Penelitian ini mengambil sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kategori *high profile* sehingga memperoleh 66 perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2008-2010. Penelitian hipotesis menggunakan regresi berganda. Penelitian ini dilakukan dengan beberapa variabel independen diantaranya profitabilitas yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA). Ukuran Perusahaan yang diukur dengan logaritma natural total aktiva. Kepemilikan saham publik diukur dengan jumlah kepemilikan lembar saham publik dibagi total lembar saham perusahaan. Dewan komisaris yang diukur dengan jumlah anggota dewan komisaris. *Leverage* yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). Pengungkapan media diukur dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di *website* perusahaan dan memberikan nilai 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di *website* perusahaan. Hasil penelitian ini diantaranya ukuran perusahaan, dewan komisaris, *leverage* berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Profitabilitas tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Kepemilikan saham publik tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR.

Hal ini disebabkan bahwa kemungkinan kepemilikan publik pada perusahaan di Indonesia secara umum belum memperdulikan masalah lingkungan dan sosial sebagai isu kritis yang harus secara ekstensif untuk diungkapkandalam laporan tahunan. Pengungkapan media tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan media lebih berperan sebagai sarana perusahaan bukan sebagai *exposure media* yang mendorong perusahaan melakukan pengungkapan CSR. Keterbatasan penelitian ini penilaian pengungkapan media hanya menggunakan *website* perusahaan, terdapat berbagai kriteria dalam penentuan perusahaan berkategori *high profile*, sehingga terdapat berbagai macam klasifikasi *high profile*.

c. Amalia (2013)

Penelitian ini membahas tentang “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*”. Lokasi penelitian ini dilakukan di Indonesia. Penelitian ini mengambil sampel 190 yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling* perusahaan listing di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2009-2010. Penelitian hipotesis menggunakan regresi logistik. Penelitian ini dilakukan dengan beberapa variabel independen diantaranya Ukuran Perusahaan yang diukur dengan logaritma natural total aktiva. Profitabilitas yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA). Tipe Industri diukur dengan klasifikasi *high profile* dan *low profile*. Ukuran Dewan komisaris yang diukur dengan jumlah anggota dewan komisaris. Hasil dari penelitian Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Profitabilitas diukur dengan *Return on Asset* (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan CSR *disclosure* tidak dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Tipe Industri tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR hal ini dikarenakan pengelompokan tipe industri yang dilakukan oleh peneliti yang membagi sampel ke dalam kelompok perusahaan *high profile* dan *low profile* tidak mempengaruhi tingkat CSR *disclosure* yang terdaftar di BEI.

Keterbatasan dalam penelitian ini karena tidak semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia melaporkan kegiatan CSR baik dalam laporan CSR (*sustainability reporting*).

d. Naser & Hassan (2013)

Penelitian ini membahas tentang “*Determinants of Corporate Social Responsibility Reporting: Evidence From An Emerging Economy*”. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan di Abu Dhabi mengambil sampel 60 perusahaan yang *listed* pada *Abu Dhabi Securities Exchange* selama tahun 2011. Penelitian hipotesis menggunakan regresi berganda. Penelitian ini dilakukan dengan beberapa variabel independen diantaranya *profitability* yang diukur dengan *net income over sales*. *Leverage* yang diukur dengan *total liabilities over total assets*. *Industry type* yang diukur dengan memberikan nilai 1 untuk energy, 2 untuk insurance, 3 untuk industri, 4 untuk bank, 5 untuk consumer staples, 6 untuk konstruksi, 7 untuk real estate, 8 untuk investment services, 9 untuk kesehatan, 10 untuk telekomunikasi. *Status of the audit firm* yang diukur dengan memberikan nilai 1 untuk the big international audit firm dan 0 untuk lainnya. *Location of the head office* yang diukur dengan memberikan nilai 1 untuk yang di wilayah Abu Dhabi dan Dubai serta 0 untuk wilayah lainnya. *Ownership* yang diukur dengan *percentage of company's shares owned by government*, dan *size* yang diukur dengan *natural logarithm of total assets*. Hasil penelitian ini diantaranya diantaranya *profitability* berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR, *level of leverage* tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR, hal ini disebabkan tingkat *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan. *industry type* berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR, *status of the audit firm* tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR, hal ini disebabkan perusahaan besar dan menguntungkan tidak menyewa perusahaan besar audit internasional. *The location of the company's head office* tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR, hal ini disebabkan karena tidak semua perusahaan di Abu Dhabi dikenal masyarakat. *The proportion of company's shares owned by the*

*government* tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR, hal ini disebabkan banyak perusahaan yang terdaftar di Abu Dhabi Securities Exchange awalnya dimasukkan sebagai perusahaan pemerintah dan kemudian diprivatisasi untuk mengaktifkan peran sektor swasta dalam membentuk perekonomian negara dan *size* berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Keterbatasan penelitian ini, hanya menggunakan data untuk satu tahun, studi masa depan yang disarankan untuk menggabungkan rentang waktu yang lebih lama untuk memberikan wawasan yang lebih handal di *responsability* sosial perusahaan. Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan 1 tahun penelitian.

e. Chauhan & Amit (2014)

Penelitian ini membahas tentang “*a Relational Study of firm’s Characteristics and CSR Expenditure*”. Lokasi penelitian ini dilakukan di India. Penelitian ini mengambil sampel 30 perusahaan yang listed pada Bombay Stock Exchange (BSE) selama tahun 2007-2012 dengan menggunakan *multiple regression model*. Penelitian ini dilakukan dengan beberapa variabel independen *size* yang diukur menggunakan *the total assets*. *Profitability* yang diukur menggunakan ROA. *Leverage* yang diukur dengan *debt-equity ratio*. *Sales* yang diukur menggunakan *the total sales*. Hasil penelitian ini *firm size* berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR, *firm sales* berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR, *firm profitability* berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR, *firm leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR, hal ini disebabkan karena tingkat leverage perusahaan tidak membuktikan ada pengaruh terhadap *corporate social responsibility expenditure*. Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan sampel yang terbatas dengan waktu penelitian yang singkat. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan model dengan menambahkan beberapa karakteristik perusahaan lain yang perusahaan mempengaruhi tanggung jawab sosial.

## f. Khadifa &amp; Chariri (2014)

Penelitian ini membahas tentang “Pengaruh Kinerja Lingkungan, *Size*, Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, *Profile*, *Leverage*, Dan Konsentrasi Kepemilikan Perusahaan Terhadap *CSR Disclosure*”. Lokasi penelitian ini dilakukan di Indonesia. Penelitian ini mengambil sampel 104 menggunakan metode *purposive sampling* perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2010-2012. Penelitian hipotesis menggunakan regresi berganda. Penelitian ini dilakukan dengan beberapa variabel independen diantaranya Kinerja Lingkungan yang diukur dengan PROPER. *Size* yang diukur dengan jumlah asset yang dimiliki perusahaan. Profitabilitas yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA). *Profile* yang diukur dengan jumlah perusahaan yang masuk dalam perusahaan *high profile*. Ukuran dewan komisaris yang diukur dengan jumlah anggota dewan komisaris. *Leverage* yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio*. Struktur Kepemilikan Perusahaan yang diukur dengan proporsi saham. Hasil dari penelitian ini yaitu Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. *Size* tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan bahwa ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang tidak banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan bahwa profitabilitas bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham yang tertentu. *Profile* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan bahwa ukuran dewan komisaris yang terlalu banyak akan menyebabkan terjadinya banyak pengambilan keputusan, sehingga hal ini kurang efektif. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan bahwa perusahaan yang memiliki hutang yang tinggi belum tentu tidak akan mengungkapkan CSR yang rendah. Struktur

Kepemilikan Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur sehingga jika menambahkan jumlah sampel akan memperoleh hasil penelitian yang lebih baik.

g. Kusuma, dkk (2014)

Penelitian ini membahas tentang “Pengaruh Kinerja Ekonomi Dan Kinerja Lingkungan Terhadap *Corporate Social Responsibility*”. Lokasi penelitian ini di Indonesia. Penelitian ini mengambil sampel 28 perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2010-2012. Dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian hipotesis menggunakan regresi berganda. Penelitian ini dilakukan dengan beberapa variabel independen diantaranya Kinerja Ekonomi yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA) dan Kinerja Lingkungan yang diukur dengan sistem peringkat kinerja PROPER berpengaruh. Hasil penelitian Kinerja ekonomi berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan variabel kinerja ekonomi yang diukur dengan ROA dan kinerja lingkungan yang diukur dengan PROPER untuk menjelaskan CSR pada sampel perusahaan manufaktur.

h. Maiyarni, dkk (2014)

Penelitian ini membahas tentang “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan LQ-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”. Lokasi penelitian ini dilakukan di Indonesia. Penelitian ini mengambil sampel 10 perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2012, menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian hipotesis menggunakan regresi berganda. Penelitian ini menggunakan variabel Profitabilitas yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA). Ukuran perusahaan diukur dengan *ln total asset value*. Likuiditas yang diukur dengan *current ratio*. *Leverage* yang diukur dengan membandingkan total kewajiban dengan total aktiva.

Hasil penilitan ini profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan semakin besar ukuran perusahaan belum tentu tingkat pengungkapan informasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan juga akan semakin luas. Likuiditas berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Leverage berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Keterbatasan penelitian ini, hanya menggunakan sampel LQ45.

i. Putri & Christiawan (2014)

Penelitian ini membahas “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Mendapat Penghargaan Isra Dan *Listed (Go-Public)* di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012)”. Lokasi penelitian ini dilakukan di Indonesia. Dengan sampel 19 perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dan merupakan perusahaan publik yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010-2012. Penelitian hipotesis menggunakan regresi berganda. Penelitian ini menggunakan variabel Profitabilitas yang diukur dengan *Return on Asset (ROA)*. Likuiditas yang diukur dengan *current ratio* Leverage yang diukur dengan *Debt to Assets Ratio (DAR)*. Hasil penilitan ini profitabilitas tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dikarenakan tinggi rendahnya profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan CSR. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan. Hal ini disebabkan likuiditas tidak mempengaruhi pengungkapan CSR. *Leverage* Tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dikarenakan *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan CSR. Keterbatasan penelitian hanya menggunakan perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA.

j. Yuliawati & Sukirman (2015)

Penelitian ini membahas tentang “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*”. Penelitian ini mengambil sampel 64 perusahaan manufaktur yang *listing* di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2013. Yang ditentukan menggunakan metode

*purposive sampling*. Penelitian hipotesis menggunakan regresi berganda. Penelitian ini dilakukan dengan beberapa variabel independen diantaranya Kepemilikan asing yang diukur dengan total kepemilikan saham asing dibagi total saham, Ukuran perusahaan yang diukur dengan *logaritma natural total assets*, Profitabilitas yang diukur dengan *Return on Equity (ROE)*, *Leverage* yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio*, Kepemilikan asing yang diukur dengan total kepemilikan saham asing dibagi total saham yang, Ukuran perusahaan yang diukur dengan *logaritma natural total assets*. Hasil penelitian Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Kepemilikan asing tidak signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan rata-rata perusahaan manufaktur lebih didominasi oleh perusahaan yang tidak memiliki kepemilikan saham asing yang tinggi tetapi pengungkapan CSR sudah cukup efektif terlaksana. Keterbatasan penelitian hanya menggunakan sampel manufaktur, jika menggunakan seluruh sektor yang terdapat di BEI dapat menggambarkan praktik dan pengungkapan CSR secara menyeluruh.

k. Rochayatun (2016)

Penelitian ini membahas tentang “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*”. Penelitian ini mengambil sampel 15 perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2009-2014. Yang ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian hipotesis menggunakan regresi berganda. Penelitian ini dilakukan dengan beberapa variabel independen diantaranya *Enviromental Performance* yang diukur dengan PROPER, Kepemilikan Institusional diukur dengan kepemilikan saham perusahaan oleh institusi, Dewan Komisaris diukur dengan kemampuan dewan komisaris memonitoring pihak manajemn, Dewan Komisaris Independen diukur dengan kehadiran pada saat rapat. Komite Audit diukur dengan jumlah komite audit. Hasil dari penelitian *Enviromental Performance*, Dewan komisaris, Komite Audit berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh

signifikan terhadap Pengungkapan CSR Hal ini disebabkan dalam mengambil keputusan investasi, investor institusi belum mempertimbangkan informasi CSR sebagai salah satu kriteria untuk menilai perusahaan, sehingga tidak mampu mendorong perusahaan untuk mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Dewan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan dewan komisaris independen tidak mampu meningkatkan independen, objektif dan menetapkan keselarasan (*fairness*) dalam melakukan pengawasan terhadap pihak manajemen dan tidak mampu mendorong untuk melakukan pengungkapan CSR. Keterbatasan penelitian ini, hanya menggunakan sampel manufaktur tidak digeneralisasi untuk semua jenis industry.

Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya  
Penelitian terkait dengan Pengungkapan CSR

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Sampel dan Alat Uji	Variabel	Hasil / Kesimpulan
a.	Merina (2012)	<ul style="list-style-type: none"> <li>30 Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia dan terdaftar di PROPER selama tahun 2008-2010</li> <li>Regresi Linier Berganda</li> </ul>	<i>Proper rank</i>	<b>Tidak Signifikan</b>
			<i>Roa</i>	<b>Tidak Signifikan</b>
			<i>Leverage</i>	<b>Tidak Signifikan</b>
			<i>Government regulation</i>	Tidak Signifikan
			<i>Size</i>	Signifikan
b.	Nur (2012)	<ul style="list-style-type: none"> <li>66 perusahaan high profile yang listing di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2008-2010</li> <li>Regersi Berganda</li> </ul>	<b>Profitabilitas</b>	<b>Tidak Signifikan</b>
			Ukuran peusahaan	Signifikan
			Kepemilikan saham publik	Tidak Signifikan
			Dewan komisaris	Signifikan
			<b>Leverage</b>	<b>Signifikan</b>
c.	Amalia (2013)	<ul style="list-style-type: none"> <li>190 perusahaan listing di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2009-2010</li> <li>Regresi logistik</li> </ul>	Ukuran peusahaan	Signifikan
			<b>Profitabilitas</b>	<b>Tidak Signifikan</b>
			Tipe industri	Tidak Signifikan
			Ukuran dewan komisaris	Signifikan
			Pengungkapan media	Tidak Signifikan
d.	Naser & Hassan (2013)	<ul style="list-style-type: none"> <li>60 perusahaan yang listed pada Abu Dhabi Securities Exchange selama tahun 2011</li> <li>Regersi Berganda</li> </ul>	<b>Profitability</b>	<b>Signifikan</b>
			<b>Level of leverage</b>	<b>Tidak Signifikan</b>
			<i>Industry type</i>	Signifikan
			<i>Status of the audit firm</i>	Tidak Signifikan
			<i>The location of the company's head office</i>	Tidak Signifikan
			<i>The proportion of company's shares owned by the government</i>	Tidak Signifikan
			<i>Size</i>	Signifikan

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Sampel dan Alat Uji	Variabel	Hasil / Kesimpulan
e.	Chauhan & Amit (2014)	<ul style="list-style-type: none"> <li>30 perusahaan yang listed pada Bombay Stock Exchange (BSE) selama tahun 2007-2012</li> <li>multiple regression model</li> </ul>	<i>Size</i>	Signifikan
			<i>Profitability</i>	<b>Signifikan</b>
			<i>Leverage</i>	<b>Tidak Signifikan</b>
			<i>Sales</i>	Signifikan
f.	Khadifa & Chariri (2014)	<ul style="list-style-type: none"> <li>104 perusahaan pertambangan yang listing di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2010-2012</li> <li>Regresi Berganda</li> </ul>	<b>Kinerja lingkungan</b>	<b>Signifikan</b>
			<i>Size</i>	Tidak Signifikan
			<b>Profitabilitas</b>	<b>Tidak Signifikan</b>
			Profile perusahaan	Signifikan
			Ukuran dewan komisaris	Tidak Signifikan
			<i>Leverage</i>	<b>Tidak Signifikan</b>
g.	Kusuma, dkk (2014)	<ul style="list-style-type: none"> <li>28 perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2010-2012</li> <li>Regresi Berganda</li> </ul>	<b>Kinerja ekonomi</b>	<b>Signifikan</b>
			<b>Kinerja lingkungan</b>	<b>Signifikan</b>
h.	Maiyarni, dkk (2014)	<ul style="list-style-type: none"> <li>10 perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2012</li> <li>Analisis data panel</li> </ul>	<b>Profitabilitas</b>	<b>Signifikan</b>
			Ukuran perusahaan	Tidak Signifikan
			Likuiditas	Signifikan
			<i>Leverage</i>	<b>Signifikan</b>
i.	Putri & Christiawan (2014)	<ul style="list-style-type: none"> <li>19 perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dan merupakan perusahaan publik yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010 – 2012.</li> <li>Regresi linier berganda</li> </ul>	<b>Profitabilitas</b>	<b>Tidak Signifikan</b>
			Likuiditas	Tidak Signifikan
			<i>Leverage</i>	<b>Tidak Signifikan</b>
j.	Yuliawati & Sukirman (2015)	<ul style="list-style-type: none"> <li>64 perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2013</li> <li>Regresi Berganda</li> </ul>	Kepemilikan asing	Tidak Signifikan
			Ukuran perusahaan	Signifikan
			<b>Profitabilitas</b>	<b>Signifikan</b>
			<i>Leverage</i>	<b>Signifikan</b>
k.	Rochayatun (2016)	<ul style="list-style-type: none"> <li>15 perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2009-2014</li> <li>Regresi Berganda</li> </ul>	<b>Enviromental performance</b>	<b>Signifikan</b>
			Kepemilikan institusional	Tidak Signifikan
			Dewan komisaris	Signifikan
			Dewan komisaris independen	Tidak Signifikan
			Komite audit	Signifikan

Sumber : Diolah dari berbagai sumber

## II.2 Landasan Teori

Penelitian ini dilandasi pada teori-teori yang menjelaskan variabel yang diteliti. Berikut ini akan dijelaskan mengenai *Stakeholder theory*, *Agency theory*, *Legitimasi theory*, *Enteprice Theory* dan selain itu juga dipaparkan penjelasan tentang Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR.

### II.2.1 Teori *Stakeholder*

Perusahaan bukan hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdersnya yaitu pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Menurut Gudono (2016, hlm. 268) mengatakan bahwa:

Teori pemangku kepentingan memandang bahwa kelangsungan perusahaan dalam lingkungan bisnisnya tergantung pada berbagai pihak pemangku kepentingan, yang tidak hanya terbatas pada pemilik dan manajemen, seperti misalnya pemerintah, karyawan, kreditor, dan konsumen.

Menurut Ulum (2009, hlm. 5) menyatakan bahwa teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajer korporasi mengerti lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif di antara keberadaan hubungan-hubungan di lingkungan perusahaan mereka. Sedangkan menurut Lako (2011, hlm. 5) menyatakan bahwa teori ini menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup dan matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Teori *stakeholder* merupakan pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. *Stakeholder* menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi tanggung jawab sosial di dalam laporan tahunan perusahaan. *Stakeholder* berhak mengetahui kegiatan atau program yang dilakukan perusahaan terkait dengan aktivitas sosialnya. Dengan pengungkapan

CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*.

### II.2.2 Teori Agensi

Teori agensi merupakan hubungan antara principal (pemilik) dengan agen (manajer). Dimana principal dengan agen memiliki tujuan yang berbeda dan saling bertolak belakang. Tiap individu memiliki motivasinya masing-masing untuk mencapai tujuannya sehingga memungkinkan timbulnya konflik kepentingan antara agen dan prinsipal. Manajer ingin meningkatkan kesejahteraan, sedangkan pemilik menginginkan adanya peningkatan laba atau memiliki profitabilitas yang tinggi karena akan meningkatkan harga saham.

Menurut Sutedi (2012, hlm. 13-18) menyatakan bahwa *agency theory* yang menekankan pentingnya pemilik perusahaan (pemegang saham) menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga-tenaga profesional yang lebih mengerti dalam menjalankan bisnis sehari-hari. Namun menurut Harahap (2012, hlm. 5) menyatakan bahwa teori *agency* adalah bahwa manajemen akan mencoba memaksimalkan kesejahteraannya sendiri dengan cara meminimalisasi berbagai biaya *agency*, manajemen akan diasumsikan akan memilih prinsip akuntansi yang sesuai dengan tujuannya untuk memaksimalkan tujuannya. Selain itu, menurut Gudono (2016, hlm. 268) mengatakan bahwa teori keagenan (*agency theory*) dibangun sebagai upaya untuk memahami dan memecahkan masalah yang muncul manakala ada ketidaklengkapan informasi pada saat melakukan (perikatan).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan, bahwa teori agensi terjadi karena adanya perbedaan kepentingan antara agen (manajer) dan principal (pemilik). Sehingga hubungan antara agen (manajer) dan principal (pemilik) sulit tercipta karena adanya kepentingan yang saling bertentangan. Konflik yang terjadi akan menimbulkan menimbulkan *agency cost*. Dalam hubungan keagenan tersebut pengungkapan CSR merupakan salah satu cara untuk mengurangi konflik kepentingan yang terjadi antara principal dan agen, pengungkapan CSR ini memiliki tujuan untuk membangun *image* positif terhadap perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat.

### II.2.3 Teori Legitimasi

Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan yang didasari dengan perusahaan harus menjalani kegiatannya sesuai norma dan nilai-nilai yang berlaku di lingkungan sekitar. Legitimasi berasumsi atas tindakan yang dilakukan perusahaan merupakan tindakan yang diinginkan, ataupun sesuai dengan nilai dan norma.

Menurut Lako (2011, hlm. 5) menyatakan bahwa dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam *social contract*. Menurut Rahmawati (2012, hlm. 182) menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Menurut Rusdianto (2013, hlm. 45) menyatakan bahwa teori legitimasi adalah kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa teori legitimasi menjadi pertimbangan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya secara terus menerus sesuai dengan batas dan norma-norma masyarakat yang berlaku disekitar perusahaan. Dengan demikian teori legitimasi didasari oleh batasan-batasan, norma-norma, nilai-nilai dan peraturan sosial yang membatasi perusahaan agar memperhatikan kepentingan sosial dan dampak dari reaksi sosial yang dapat ditimbulkan. Dan memiliki manfaat untuk mendukung keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Untuk itu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

### II.2.4 *Enteprice Theory*

*Enteprice Theory* memandang perusahaan sebagai lembaga sosial dimana keputusan dibuat mempengaruhi beberapa pihak yang berkepentingan. Keberlangsungan perusahaan dilihat dari seluruh pihak yang terlibat atau memiliki kepentingan dengan perusahaan, tidak hanya ditentukan oleh pemilik manajemen dan pegawai perusahaan tetapi ditentukan juga kreditor, pemerintah, pelanggan,

masyarakat. Perusahaan dituntut meningkatkan pertanggungjawabannya dengan menyediakan informasi untuk pihak-pihak yang berkepentingan. Maka dapat dikatakan keberhasilan suatu perusahaan bergantung dari keharmonisan interaksi antara berbagai pihak yang berkepentingan yaitu *stakeholder*.

Menurut Triyuwono (2012, hlm. 336) menjelaskan bahwa *Enterprise theory* memandang bahwa keberlangsungan hidup perusahaan tidak ditentukan oleh pemilik perusahaan, tetapi oleh banyak pihak (karyawan, pemasok, kreditor, pelanggan, pemerintah, dan masyarakat). Sedangkan menurut Gozali & Chariri (2014, hal. 300) menjelaskan bahwa perusahaan dipandang sebagai lembaga sosial yang dioperasikan dalam rangka memberikan manfaat bagi banyak pihak yang berkepentingan. Dalam arti luas pihak-pihak yang berkepentingan meliputi pemegang saham, kreditor, pegawai, konsumen, pemerintah dan masyarakat secara umum.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *enterprise theory* dibutuhkan di dalam keberlangsungan perusahaan karena terdapat banyak pihak yang berkepentingan di dalam perusahaan tersebut. Sehingga sangat dekat dengan keadilan dan pertanggungjawaban kepada masyarakat sebagai salah satu pihak yang berkepentingan.

## **II.2.5 Corporate Sosial Responsibility**

### **II.2.5.1 Pengertian Corporate Sosial Responsibility**

*Corporate Sosial Responsibility* merupakan kewajiban perusahaan dalam menaati peraturan pemerintah dalam bentuk komitmen perusahaan memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar baik dari segi lingkungan dan pembangunan berkelanjutan.

Menurut Rusdianto (2013, hlm. 7) menyatakan bahwa:

*Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dimaknai sebagai komitmen perusahaan atau organisasi untuk terus menerus bertindak secara etnis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas.

Menurut Lako (2011, hlm. 180) menyatakan bahwa:

*Corporate Sosial Responsibility* sebagai komitmen berkelanjutan dari suatu perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, legal, etnis, dan sukarela terhadap dampak-dampak dari tindakan ekonominya terhadap komunitas masyarakat

dan lingkungan serta proaktif melakukan upaya-upaya berkelanjutan untuk mencegah potensi-potensi dampak negatif atau risiko aktivitas ekonomi korporasi terhadap masyarakat dan lingkungan serta meningkatkan kualitas sosial dan lingkungan yang menjadi *stakeholder*-nya.

Menurut ISO 26000 definisi *Corporate Sosial Responsibility* merupakan:

Tanggung jawab suatu organisasi atas dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis yang: konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; memperhatikan kepentingan dari para *stakeholder*; sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional; terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengeertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.

Dengan demikian tanggung jawab sosial dan lingkungan bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Hal ini dalam rangka mendukung terjalinnya hubungan perseroan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Pelaksanaan CSR tidak hanya menguntungkan perusahaan, tetapi juga dapat mensejahterakan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan beroperasi.

#### II.2.5.2 Prinsip *Corporate Sosial Responsibility*

Menurut Carrol dalam Rusdianto (2013, hlm. 8) *Corporate Sosial Responsibility* didasari tiga prinsip yang dikenal dengan istilah *bottom lines*, yaitu *profit*, *people* dan *planet*. Ketiga hal tersebut ini akan diuraikan sebagai berikut :

##### a. *Profit*

Perusahaan tetap harus beorientasi untuk mencapai keuntungan (*profit*) untuk terus beroperasi dan berkembang. *Profit* merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan dari setiap kegiatan usaha. Fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan adalah mengejar *profit* atau mendongkrak harga saham setinggi-tingginya, baik secara langsung maupun tidak langsung. *Profit* sendiri adalah tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak *profit* antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya. Hal tersebut akan menyebabkan perusahaan memiliki keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin.

b. *People*

Perusahaan dalam hal ini memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Masyarakat di sekitar perusahaan adalah salah satu *stakeholder* penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Dukungan dari masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan sehingga perusahaan akan selalu berupaya untuk memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada masyarakat. Operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak bagi masyarakat sekitar, sehingga perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat. Secara ringkas, jika perusahaan ingin tetap mempertahankan usahanya, perusahaan juga harus menyertakan tanggung jawab yang bersifat sosial.

c. *Planet*

Pentingnya perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlangsungan keanekaragaman hayati. Perusahaan juga harus memperhatikan tanggung jawabnya terhadap lingkungan. Karena keuntungan merupakan inti dari dunia bisnis, kerap kali sebagian besar perusahaan tidak terlalu memperhatikan hal yang berhubungan dengan lingkungan, karena tidak ada keuntungan langsung di dalamnya. Dengan melestarikan lingkungan, perusahaan akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari sisi kenyamanan dan ketersediaan sumber daya yang menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut ISO 26000 konsep *Corporate Sosial Responsibility* menjadi semakin kompleks karena mencakup tujuh prinsip yang menjadi komponen utama yaitu:

a. Lingkungan

Perusahaan harus menyadari dampak keputusan dan kegiatan perusahaan terhadap lingkungan. Dalam melakukan kegiatan operasinya perusahaan diharapkan memperhatikan isu lingkungan. Dalam prinsip lingkungan ini mencakup beberapa hal seperti; pencegahan polusi, penggunaan sumberdaya yang berkelanjutan, mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim, serta perlindungan dan pemulihan lingkungan.

b. Pelibatan dan Pengembangan Masyarakat

Perusahaan harus dapat menempatkan diri sebagai bagian dari masyarakat di sekitar wilayah operasinya. Dalam prinsip pelibatan dan pengembangan masyarakat mencakup : keterlibatan di masyarakat, penciptaan lapangan kerja, pengembangan teknologi, kekayaan dan pendapatan, investasi yang bertanggungjawab, pendidikan dan kebudayaan, kesehatan, dan peningkatan kapasitas.

c. Hak Asasi Manusia

Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menjaga dan menghormati hak asasi manusia dalam menjalankan kegiatan operasinya. Dalam prinsip hak asasi manusia mencakup beberapa hal seperti; nondiskriminasi dan perhatian pada kelompok rentan, menghindari kerumitan, hak-hak sipil dan politik, hak-hak ekonomi, sosial dan budaya, serta hak-hak dasar pekerja.

d. Praktik Ketenagakerjaan

Perusahaan memiliki segala kebijakan dan implementasi yang terkait dengan pekerjaan yang dilakukan di dalam atau atas nama perusahaan. Dalam prinsip ketenagakerjaan mencakup beberapa hal seperti; kesempatan kerja dan hubungan perkerjaan, kondisi kerja dan jaminan sosial, dialog dengan berbagai pihak, kesehatan dan keamanan kerja, dan pengembangan sumber daya manusia.

e. Praktik Operasi yang Adil

Perusahaan menunjukkan perilaku etis saat berhubungan dengan organisasi dan individu lain. Dalam prinsip praktik operasi yang adil mencakup beberapa hal seperti; anti korupsi, keterlibatan yang bertanggungjawab dalam politik, kompetisi yang adil, promosi tanggungjawab sosial dalam rantai pemasok (*supply chain*), dan penghargaan atas *property rights*.

f. Konsumen

Perusahaan bertanggung jawab menyediakan barang/jasa bagi konsumen atau pelanggannya. Dalam menjalankan operasinya perusahaan harus memenuhi hak konsumen berupa pemenuhan kebutuhan dasar, keamanan,

informasi, memilih, didengarkan, penyelesaian klaim, edukasi dan lingkungan yang sehat. Dalam prinsip konsumen mencakup beberapa hal seperti; praktik pemasaran, informasi dan kontrak yang adil, penjagaan kesehatan dan keselamatan konsumen, konsumsi yang berkelanjutan, penjagaan data dan privasi konsumen, pendidikan dan penyadaran.

g. Tata Kelola Organisasi

Organisasi harus memiliki proses, sistem dan struktur yang dapat digunakan untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip dan praktik *corporate sosial responsibility*. Prinsip tatakelola organisasi mencakup beberapa hal seperti; proses dan struktur pengambilan keputusan (transparansi, etis, *akuntabel*, perspektif jangka panjang, memperhatikan dampak terhadap pemangku kepentingan, berhubungan dengan pemangku kepentingan). Pendelegasian kekuasaan (kesamaan tujuan, kejelasan mandat, desentralisasi untuk menghindari keputusan yang otoriter).

Program CSR merupakan komitmen perusahaan sebagai bentuk kepedulian sosial perusahaan terhadap masyarakat lingkungan sekitar perusahaan. Perusahaan melakukan kegiatan CSR berprinsipkan untuk tujuan *sustainable development*. Dengan demikian perusahaan akan menunjukkan kinerja yang lebih baik serta keuntungan dan pertumbuhan yang meningkat.

### II.2.5.3 Tujuan *Corporate Sosial Responsibility*

Dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas mengatur tujuan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, berupa:

- a. Mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi Perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya.
- b. Mendukung terjalinnya hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Pada dasarnya pengungkapan tanggung jawab sosial bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat.

#### **II.2.5.4 Manfaat *Corporate Sosial Responsibility***

Menurut Rusdianto (2013, hlm. 13) adapun manfaat *Corporate Sosial Responsibility* bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu:

- a. Membangun dan menjaga reputasi perusahaan.
- b. Meningkatkan citra perusahaan.
- c. Mengurangi resiko bisnis perusahaan.
- d. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan.
- e. Mempertahankan posisi merek perusahaan.
- f. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
- g. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (*capital*)
- h. Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis.
- i. Mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*)

Perusahaan yang menjalankan CSR dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, melainkan juga bagi masyarakat, pemerintah dan lingkungan. Dengan menjalankan kegiatan CSR maka terjalin relasi antara perusahaan dan pemangku kepentingan yang bertujuan untuk keberlangsungan hidup perusahaan.

#### **II.2.5.5 Model Pelaksanaan CSR**

Perkembangan pelaksanaan CSR di Indonesia ditandai dengan sudah banyak perusahaan mengimplementasikan CSR. Dalam pelaksanaan CSR terdapat beberapa model pelaksanaannya.

Menurut Carrol (1991) dalam Rusdianto (2013, hlm. 14) terdapat empat model CSR yang diurai sebagai berikut:

- a. Tanggung jawab sosial ekonomi  
Perusahaan harus dioperasikan dengan berbasis laba serta dengan misi tunggal untuk meningkatkan keuntungan selama dalam batas-batas peraturan pemerintah.
- b. Tanggung jawab legal  
Kegiatan bisnis diharapkan untuk memenuhi tujuan ekonomi para pelaku dengan berlandaskan kerangka kerja legal maupu nilai-nilai yang berkembang dimasyarakat secara bertanggung jawab.
- c. Tanggung jawab etika  
Kebijakan dan keputusan perusahaan didasarkan pada keadilan, bebas dan tidak memihak, menghormati hak-hak individu, serta memberikan perlakuan yang sama untuk mencapai tujuan perusahaan.

- d. Tanggung jawab suka rela atau diskresioner  
Kebijakan perusahaan dalam tindakan sosial yang murni suka rela, didasarkan pada keinginan perusahaan untuk memberikan kontribusi sosial yang tidak memiliki kepeningangan timbal balik secara langsung.

Menurut Rusdianto (2013) menjelaskan terdapat empat pola yang umumnya diterapkan oleh perusahaan dalam melaksanakan CSR. Keempat hal tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

- a. Keterlibatan langsung  
Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan kepada masyarakat tanpa perantara.
- b. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan  
Perusahaan mendirikan yayasan sendiri dibawah perusahaan atau groupnya. Biasanya, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.
- c. Bermitra dengan pihak lain  
Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/organisasi non-pemerintah (NGO/LSM), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
- d. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium  
Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat “hibah pembangunan”. pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara pro aktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

#### **II.2.5.6 Pengaturan CSR dalam Perundang-Undangan di Indonesia**

Penerapan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia didasari oleh beberapa regulasi terkait tanggungjawab sosial perusahaan

baik dalam bentuk undang-undang, peraturan pemerintah, maupun peraturan menteri.

Dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada pasal 74 menyebutkan bahwa:

- a. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- b. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- c. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- d. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Dalam Undang-Undang No.25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal pasal 15,17 & 34 berisi:

- a. Pasal 15  
Setiap penanam modal berkewajiban:
  - 1) menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik;
  - 2) melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan;
  - 3) membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal;
  - 4) menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal; dan
  - 5) mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.
- b. Pasal 17  
Penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup,

yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

c. Pasal 34

- 1) Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa:
  - a) peringatan tertulis;
  - b) pembatasan kegiatan usaha;
  - c) pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; atau
  - d) pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.
- 2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.
- 3) Selain dikenai sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseorangan dapat dikenai sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dalam Peraturan Presiden No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas pada pasal 2 yang berisi Setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam peraturan ini juga disebutkan pada pasal 3 yang berisi kewajiban ini berlaku bagi perseroan yang menjalankan bidang usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Serta pada pasal 6 disebutkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan Perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS.

#### **II.2.5.7 Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility***

Tujuan dari penerapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) adalah kepedulian perusahaan terhadap lingkungan disekitar perusahaan. Agar praktik *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dapat diketahui oleh banyak kalangan, perlu adanya sebuah pelaporan untuk mengungkapkan praktik *Corporate Sosial Responsibility* (CSR).

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 tahun 2015 paragraf 14 menyatakan tentang pengungkapan dampak lingkungan sebagai berikut:

Beberapa entitas juga menyajikan dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup adalah signifikan dan ketika karyawan dianggap sebagai kelompok pengguna laporan keuangan yang memegang peranan penting.

Menurut Rusdianto (2013, hlm. 44) Dengan adanya pengungkapan CSR, diharapkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan serta dukungan dari *stakeholder* agar dapat mendukung perusahaan dalam pencapaian tujuan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern*.

Pengungkapan CSR mengacu pada indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) yang telah diakui secara internasional. Indikator GRI 4.0 terdiri dari beberapa kategori yaitu ekonomi, lingkungan, sosial, hak asasi manusia, masyarakat, tanggung jawab atas produk sebagai dasar *sustainability reporting*.

Pengungkapan CSR yang akan diukur dengan menggunakan *Indeks Global Reporting Intiatives (GRI) 4.0*

$$\text{Pengungkapan CSR} = \frac{\sum di}{M} \quad (\text{II.1})$$

$\sum di$  = jumlah item yang diungkapkan.

M = jumlah indeks GRI 4.0

Tabel 3. Item Global Reporting Intiatives (GRI) 4.0

No.	Kategori	Jumlah item
a.	Ekonomi	9 item
b.	Lingkungan	34 item
c.	Sosial	16 item
d.	Hak asasi manusia	12 item
e.	Masyarakat	11 item
f.	Tanggung jawab atas produk	9 item

## II.2.6 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pengungkapan CSR

Terdapat beberapa faktor yang diindikasikan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Berikut ini faktor-faktor yang dapat mempengaruhi yang akan diuji oleh peneliti yaitu Kinerja Lingkungan, Profitabilitas Dan *Leverage*:

### II.2.6.1 Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan kinerja yang dinilai oleh Kementerian Lingkungan Hidup untuk mengukur sejauh mana perusahaan dapat mengendalikan dampak lingkungan dalam aspek pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, dan pengelolaan limbah B3 serta berbagai kewajiban lainnya yang terkait dengan AMDAL, untuk meningkatkan peran perusahaan dalam program pelestarian lingkungan hidup. Perusahaan memberikan perhatian terhadap lingkungan sebagai wujud tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan.

Menurut Rochayatun (2016) menyatakan bahwa *environmental performance* merupakan kinerja perusahaan dalam melestarikan dan mewujudkan keselarasan, keserasian dan keseimbangan antara manusia dan lingkungan hidup serta terkendalinya pemanfaatan sumber daya secara bijaksana. Menurut ISO 14004 dalam Ikhan (2009, hlm. 308) menyatakan bahwa kinerja lingkungan adalah hasil dapat diukur dengan sistem manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek- aspek lingkungan. Pengkajian kinerja lingkungan didasarkan pada kebijakan lingkungan, sasaran lingkungan, dan target lingkungan.

Untuk mengukur kinerja lingkungan menggunakan peringkat yang dilakukan dalam Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan lingkungan (PROPER) (Rochayatun, 2016). Berdasarkan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor 06 tahun 2013 Peringkat Kinerja PROPER diukur dan dibedakan menjadi lima warna yaitu Emas, Biru, Hijau, Merah, Hitam. Penggunaan warna di dalam penilaian PROPER merupakan bentuk komunikatif penyampaian kinerja kepada masyarakat, mulai dari yang terbaik, emas, hijau, biru, merah, sampai ke yang terburuk, hitam. Secara sederhana masyarakat dapat mengetahui tingkat penataan pengelolaan lingkungan pada perusahaan dengan melihat peringkat warna yang ada.

Tabel 4. Kriteria Peringkat PROPER

PERINGKAT	KETERANGAN
Emas	diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan ( <i>environmental excellency</i> ) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.

PERINGKAT	KETERANGAN
Hijau	diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan ( <i>beyond compliance</i> ) melalui pelaksanaan sistem manajemen lingkungan, pemanfaatan sumberdaya secara efisien dan melakukan upaya pemberdayaan masyarakat dengan baik.
Biru	diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
Merah	diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang upaya pengelolaan lingkungan hidup dilakukannya tidak sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundangundangan
Hitam	diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan atau tidak melaksanakan sanksi administrasi

Sumber : Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor 06 tahun 2013

Dengan demikian, Kinerja lingkungan merupakan kinerja perusahaan yang berfokus pada kegiatan perusahaan dalam melestarikan lingkungan dan mengurangi dampak lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan. Dengan tingkat kinerja lingkungan yang baik maka semakin baik pula pengungkapan CSR, dengan mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan dapat digunakan oleh investor dalam mengambil keputusan.

### II.2.5.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) dalam kurun waktu periode tertentu dengan menggunakan sumber – sumber yang dimiliki perusahaan, seperti: aktiva, modal atau penjualan.

Menurut Rudianto (2013, hlm. 191) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan ukuran penilaian kinerja perusahaan yang menunjukkan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang diambil manajemen perusahaan. Sedangkan menurut Harahap (2013, hlm. 304) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan perusahaan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya.

Selain itu menurut Hery (2016, hlm. 192) menyatakan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal.

Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas dapat menilai menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan semakin terjamin.

#### II.2.5.2.1 Rasio Profitabilitas

Berikut adalah jenis-jenis rasio profitabilitas yang digunakan dalam praktek untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba :

Menurut Hery (2015, hlm. 228) terdapat beberapa pengukuran untuk mengetahui seberapa besar rasio profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan yaitu:

a. Hasil pembagian atas aset (*Return on Aset*)

Hasil pembagian atas aset merupakan rasio yang menunjukan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertahan dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset.

$$\text{Return on Aset} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \quad (\text{II.2})$$

b. Hasil pembagian atas ekuitas (*Return on Equity*)

Hasil pembagian atas aset merupakan rasio yang menunjukan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap ekuitas.

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total ekuitas}} \quad (\text{II.3})$$

c. Margin laba kotor (*Gross Profit Margin*)

Margin laba kotor merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba kotor terhadap penjualan bersih.

$$\text{Margin laba kotor} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan bersih}} \quad (\text{II.4})$$

d. Margin laba operasional (*Operating Profit Margin*)

Margin laba operasional merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih.

$$\text{Margin laba operasional} = \frac{\text{Laba operasional}}{\text{Penjualan bersih}} \quad (\text{II.5})$$

e. Margin laba bersih (*Net Profit Margin*)

Margin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih.

$$\text{Margin laba bersih} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan bersih}} \quad (\text{II.6})$$

Profitabilitas berkaitan erat pengungkapan CSR artinya semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin rinci informasi yang akan diungkapkan untuk meyakinkan kepada pihak yang berkepentingan dalam mengambil keputusan.

### II.2.5.3 *Leverage*

*Leverage* digunakan untuk menunjukkan penggunaan utang dalam membiayai kegiatan usaha perusahaan sampai sejauh mana utang tersebut memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Menurut Rudianto (2013, hal. 193) menjelaskan bahwa *leverage* untuk mengukur penilaian kinerja perusahaan yang dimaksudkan untuk mengukur sampai seberapa besar aset atau aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Sementara menurut Harahap (2013, hlm. 306-307) menjelaskan bahwa *leverage*

menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset. Sedangkan menurut Kasmir (2012, hlm. 151) menyatakan bahwa *leverage* digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang.

Jadi dapat disimpulkan bahwa *leverage* adalah penilaian kinerja perusahaan dengan membandingkan utang yang dimiliki dengan modal sendiri. Untuk melihat sejauh mana perusahaan menggunakan utang membiayai aktiva perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi maka akan memberikan pengungkapan informasi yang lebih luas dan transparan untuk meyakinkan dan menghilangkan keraguan para kreditur bahwa hak-hak mereka terpenuhi.

### II.2.5.3.1 Rasio *Leverage*

Berikut adalah jenis-jenis rasio *leverage* yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan dibiayai dengan utang :

Menurut Rudianto (2013, hlm. 194) terdapat beberapa pengukuran untuk mengetahui seberapa besar rasio *leverage* yang dimiliki oleh perusahaan yaitu:

a. Rasio utang terhadap ekuitas (*debt to equity ratio*)

Rasio ini menggambarkan seberapa besar modal pemilik dapat menutupi utang-utang kepada kreditor. Semakin kecil rasio ini semakin baik. Untuk keamanan pihak luar rasio yang terbaik adalah jumlah modal lebih besar dari jumlah utang atau minimal sama.

$$\text{Debt to equity ratio} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total ekuitas}} \quad (\text{II.7})$$

b. Rasio utang terhadap aset (*debt to asset ratio*)

Rasio ini merupakan perbandingan total utang jangka panjang dan utang jangka pendek dengan total aset. Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menjamin keseluruhan utang dengan aset yang dimilikinya.

$$\text{Debt to asset ratio} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total aset}} \quad (\text{II.8})$$

c. Rasio ekuitas terhadap aset (*equity to total asset ratio*)

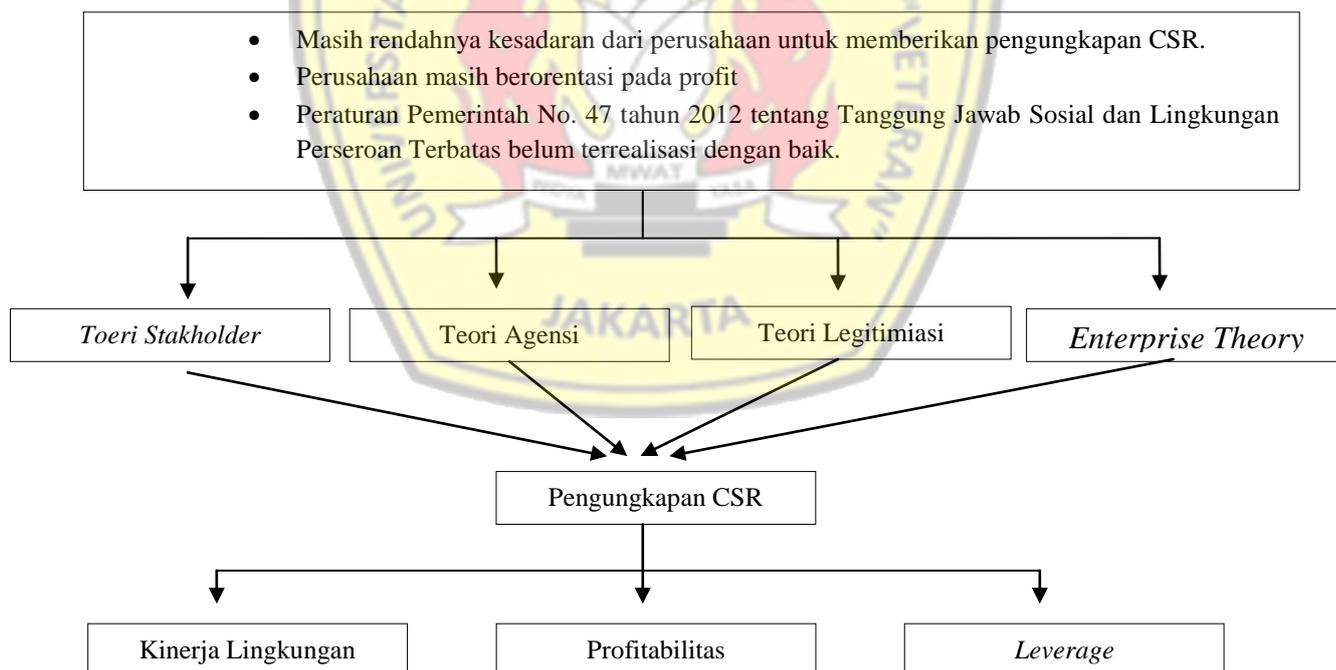
Rasio ini menggambarkan hubungan antara jumlah modal terhadap total aset. Rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh modal sendiri.

$$\text{Equity to total asset ratio} = \frac{\text{Total ekuitas}}{\text{Total aset}} \quad (\text{II.9})$$

Hubungan antara *leverage* dengan pengungkapan CSR yaitu, apabila perusahaan memiliki tingkat hutang yang tinggi maka pengungkapan CSR akan lebih luas, agar para *stakeholder* merasa bahwa hak-hak yang dimiliki akan terpenuhi.

### II.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penelitian sebelumnya dan landasan teori bahwa Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, dan *Leverage* memiliki pengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Kerangka pemikiran adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Dari gambar 1 kerangka pemikiran diatas masalah penelitian adalah apakah pengaruh kinerja lingkungan, profitabilitas, *leverage* terhadap pengungkapan

CSR. Pengungkapan CSR adalah penyampaian informasi sosial dan lingkungan yang digunakan bagi pada *stakeholder* untuk mengambil keputusan.

Penelitian ini menggunakan landasan teori terkait pengungkapan CSR, Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa kesuksesan dan hidup dan matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan (Lako, 2011:5). Teori keagenan menyebutkan bahwa pentingnya pemilik perusahaan (pemegang saham) menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga-tenaga profesional yang lebih mengerti dalam menjalankan bisnis sehari-hari (Sutedi 2012, hlm. 13-18). Teori legitimasi menyatakan bahwa kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi (Rusdianto 2013, hlm 45). *Enterprise theory* memandang bahwa keberlangsungan hidup perusahaan tidak ditentukan oleh pemilik perusahaan, tetapi oleh banyak pihak (karyawan, pemasok, kreditor, pelanggan, pemerintah, dan masyarakat) (Triyuwono 2012, hal. 336).

Pengungkapan CSR menggunakan data sekunder dalam laporan tahunan. Untuk variabel pengungkapan CSR menggunakan item-item pengungkapan yang mengacu pada standar *Global Reporting Initiative* (GRI). Kinerja lingkungan melihat sejauh mana perusahaan melakukan kegiatan pengelolaan lingkungan hidup yang dikembangkan oleh Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor 06 Tahun 2013 Tentang Program Penilaian Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup. PROPER merupakan salah satu upaya kebijakan yang dilakukan pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong peningkatan kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan melalui penyebaran informasi kinerja penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan.

Rasio profitabilitas adalah ukuran penilaian kinerja perusahaan yang menunjukkan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang diambil manajemen perusahaan (Rudianto, 2013, hlm. 191). *Leverage* digunakan untuk menunjukkan penggunaan utang dalam membiayai kegiatan usaha perusahaan sampai sejauh mana utang tersebut memberikan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi akan memberikan

pengungkapan informasi yang lebih luas dan transparan dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang rendah. Pengukuran *leverage* menggunakan *debt to asset ratio*.

Selain menggunakan data sekunder dari laporan tahunan, penelitian ini juga menggunakan data sekunder dari laporan PROPER.

## II.4 Pengembangan Hipotesis

### II.4.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan CSR

Kinerja lingkungan yang dilakukan oleh kementerian lingkungan hidup melalui program PROPER mendorong perusahaan untuk memperhatikan kegiatan perusahaan dalam melestarikan lingkungan dan mengurangi dampak lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan. Kinerja lingkungan melihat seberapa besar tingkat kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan operasional perusahaan. Tingkat kerusakan yang lebih rendah menunjukkan kinerja lingkungan yang lebih baik. Begitupun sebaliknya, tingkat kerusakan lingkungan yang tinggi menunjukkan kinerja lingkungan yang semakin buruk.

Perusahaan dengan melakukan pengungkapan kinerja lingkungannya memberikan gambaran *good news* bagi pelaku pasar. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang tinggi akan memiliki nilai perusahaan yang tinggi pula. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan kinerja lingkungan yang tinggi akan memiliki biaya lingkungan yang rendah. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik juga terbukti memiliki kepedulian sosial yang lebih besar baik terhadap masyarakat maupun tenaga kerjanya.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Khadifa & Chariri (2014), Kusuma, dkk (2014), Rochayatun (2016) bahwa kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya mengenai kinerja lingkungan dan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR yang telah dikemukakan tersebut, maka hipotesis dapat dikembangkan adalah:

H<sub>1</sub>: Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

#### II.4.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Menurut Harahap (2013, hlm. 304) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan gambaran kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya.

Profitabilitas menunjukkan kemampuan dari perusahaan untuk mendapatkan keuntungan (profit) dalam kurun waktu periode tertentu. Profitabilitas mempunyai arti penting dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang karena profitabilitas menunjukkan apakah entitas tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang ataukah tidak. Perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan profitabilitasnya karena dengan tingkat profitabilitas yang meningkat maka keberlangsungan hidup perusahaan akan lebih terjamin. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih bagi perusahaan dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin luas pengungkapan CSR.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Naser & Hassan (2013), Maiyarni, dkk (2014), Yuliawati & Sukirman (2015), Chauhan & Amit (2014) bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya mengenai profitabilitas dan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR yang telah dikemukakan tersebut, maka hipotesis dapat dikembangkan adalah:

H<sub>2</sub> : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

#### II.4.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR

*Leverage* untuk mengukur penilaian kinerja perusahaan yang dimaksudkan untuk mengukur sampai seberapa besar aset atau aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Perusahaan yang mempunyai tingkat leverage tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Semakin tinggi *leverage* berarti perusahaan memiliki banyak hutang pada pihak luar sehingga risiko keuangan menjadi semakin tinggi

karena mengalami kesulitan keuangan dan sangat tergantung pada pinjaman luar untuk membiayai investasinya.

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang lebih tinggi memiliki kewajiban untuk mengungkapkan lebih banyak informasi. Tambahan informasi tersebut dibutuhkan oleh investor, hal ini dilakukan untuk menghilangkan keraguan investor terhadap dipenuhinya hak-hak mereka. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang lebih tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah. Hal ini disebabkan perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki tekanan yang lebih besar dari bank, kreditur dan investor. Semakin luas pengungkapan maka semakin banyak informasi yang didapat investor, sehingga investor dapat memperoleh keyakinan atas hak mereka.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nur (2012), Maiyarni, dkk (2014), Yuliawati & Sukirman (2015), bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya mengenai *leverage* dan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR yang telah dikemukakan tersebut, maka hipotesis dapat dikembangkan adalah:

H<sub>3</sub>: *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

