

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Teori Stakeholder

Menurut Freeman teori stakeholder kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Chariri dan Ghozali (2024) teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholder (pemegang saham, kreditur, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Hadi (2019) memaparkan bahwa stakeholder adalah semua pihak yang berhubungan baik dengan perusahaan dan memengaruhi atau dapat dipengaruhi perusahaan secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas dan kebijakan yang diambil serta dilakukan oleh perusahaan.

Definisi stakeholder menurut Freeman (1994) dalam Maulana Fajrin (2019) adalah setiap kelompok atau individu yang dipengaruhi atau memengaruhi pencapaian tujuan organisasi. Selanjutnya Kasali (2020) membagi stakeholders menjadi internal dan eksternal. Stakeholder internal terdiri dari orang-orang yang memiliki kepentingan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam perusahaan, yaitu karyawan, manajer, dan pemegang saham (shareholders). Sedangkan stakeholder eksternal selain tiga pihak di atas namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan perusahaan, yaitu pemasok, konsumen, masyarakat, pemerintah, dan lainnya.

Peran stakeholder sangat penting bagi keberlanjutan perusahaan karena masing-masing stakeholder memiliki kontribusi yang dibutuhkan oleh perusahaan. Seperti dalam kepentingan secara ekonomi misalnya kreditur, investor, dan karyawan. Karena pentingnya peran stakeholder tersebut maka perusahaan harus memberikan perhatian yang lebih besar kepada stakeholder.

tanggungjawab sosial perusahaan dengan memberikan kontribusi bagi masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan itu melakukan kegiatan bisnis. Gantino (2016) dalam Maulana Fajrin (2019) menjelaskan bahwa dalam teori stakeholder pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) tidak hanya bertanggungjawab kepada pemilik atau pemegang saham saja, tetapi juga kepada para stakeholder yang

terkait dan terdampak oleh keberadaan perusahaan. Mereka adalah pihak yang memengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas operasional dan kebijakan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan stakeholder ada kemungkinan dapat menimbulkan protes dari stakeholder serta dapat mengancam keberlanjutan perusahaan.

2.1.2 Teori Keagenan (Agency Theory)

Agency Theory atau teori keagenan mendasari praktek pengungkapan laporan tahunan oleh perusahaan terhadap para pemegang saham. Teori keagenan mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut. Teori keagenan merupakan konsekuensi dari pemisahan fungsi kontrol (manajemen) dengan fungsi kepemilikan (pemegang saham). Teori keagenan terfokus pada hubungan antara dua pelaku ekonomi yang saling bertentangan yaitu prinsipal (pemegang saham) dan agen (manajer). Konflik kepentingan dalam perusahaan antara prinsipal dengan manajer yang disebut dengan *agency conflict* disebabkan adanya hubungan keagenan atau *agency relationship*.

Teori agensi adalah dasar teori yang menjadi acuan dalam pelaksanaan praktik bisnis suatu perusahaan. Pada teori agensi ini para pemegang saham (stakeholders) merupakan pihak prinsipal sedangkan manajemen merupakan pihak agen (Borolla, 2011) dalam Ni Luh Eka Karisma Yanti(2021). Sebagai pihak yang diberikan wewenang maka para manajer wajib menyampaikan laporan keuangan kepada para pemegang saham karena pihak manajemen merupakan pihak yang memiliki banyak informasi mengenai perusahaan dibandingkan para pemegang saham yang berada diluar perusahaan (Susanti, 2014) dalam Gusti Ayu Asri Pramesti (2021).

Hubungan antara profitabilitas (ROA) dengan teori agensi adalah jika perusahaan baik maka para stakeholders yang terdiri dari kreditur, supplier, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Dengan baiknya kinerja perusahaan akan meningkatkan pula nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi serta berhasil membukukan laba yang terus meningkat akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut

berkinerja baik, sehingga akan menciptakan respon yang positif kepada pemegang saham dan membuat harga saham perusahaan meningkat. Profitabilitas yang tinggi juga menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga akan menciptakan sentimen positif bagi pemegang saham dan nilai perusahaan akan meningkat (Sukojo & Soebiantoro, 2019).

2.1.3 *Good Corporate Governance (GCG)*

Good Corporate Governance (GCG) adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan (Pemegang Saham/Pemilik Modal, Komisaris/Dewan Pengawas dan Direksi) untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan dan nilai-nilai etika (Sutedi, 2012:1).

Good Corporate Governance (GCG) merupakan sebagai tata cara kelola perusahaan sehat yang diharapkan dapat melindungi pemegang saham (*stockholder*) dan kreditur agar dapat memperoleh kembali investasinya.

Tujuan dari GCG adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan, apabila GCG dalam kepemilikan dapat berjalan dengan baik maka dapat meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan.

Surat Keputusan Negara BUMN No. 117/2002 mendefinisikan *Good Corporate Governance (GCG)* sebagai: suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan kinerja perusahaan untuk menghasilkan nilai bagi pemegang saham dalam jangka panjang dan terus mempertimbangkan kebutuhan stakeholder lainnya, berbasis hukum dan prinsip moral.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *Good Corporate Governance (GCG)* adalah sistem yang memfasilitasi dan mengawasi proses pengembangan bisnis yang beroperasi dengan cara yang berkelanjutan. Untuk menyajikan harga saham sebagai bentuk pembayaran kepada pemegang saham tanpa mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan yang Karyawan, Kreditur dan publik.

Forum Indonesia untuk Pemerintahan Korporat yang Baik (FCGI) mendefinisikan pemerintahan perusahaan yang baik sebagai: mematuhi aturan dan peraturan yang Meningkatkan hubungan antara investor, konsultan bisnis, dan Lembaga kredit, pemerintah, karyawan, dan tim audit internal dan faktor-faktor eksternal lainnya yang

terkait dengan kewajiban dan hak mereka, atau dengan nama sistem lain yang mengelol
Itu adalah perusahaan.

Menurut Sutedi (2011) dalam Afni & Yan Christin (2019), unsur-unsur dalam *corporate governance* dari internal perusahaan adalah 1). Pemegang saham; 2). Direksi; 3). Dewan komisaris; 4). Manajer; 5). Karyawan; 6). Sistem remunerasi berdasar kinerja 6). Komite audit.

Prinsip-prinsip utama *corporate governance* meliputi :

- a. Transparansi (transparency);
- b. Akuntabilitas (accountability);
- c. Pertanggungjawaban (responsibility);
- d. Kemandirian (independency);
- e. Keadilan (fairness).

Komisaris independen sebagai salah satu unsur dalam *corporate governance* merupakan komisaris yang tidak berasal dari pihak terafiliasi atau tidak mempunyai hubungan bisnis dan kekeluargaan pemegang saham pengendali, anggota direksi dan dewan komisaris lain, serta dengan perusahaan itu sendiri (Putri, 2013). Keberadaan komisaris independen diharapkan dapat bersikap netral terhadap segala kebijakan yang dibuat oleh direksi. Karena komisaris independen tidak terpengaruh oleh manajemen, mereka cenderung mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas kepada para stakeholder (Ratnasari, 2011). Dengan demikian, semakin besar komposisi komisaris independen, maka dewan komisaris dapat bertindak semakin objektif dan mampu melindungi seluruh pemangku kepentingan dan hal ini mendorong pengungkapan CSR secara lebih luas. Berdasarkan pemikiran tersebut, maka proporsi dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini didukung oleh penelitian Badjuri (2011) yang menyatakan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Corporate Governance diukur menggunakan komposisi komisaris independen.

Dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{PDK} = \frac{\text{Jumlah D.K Independen}}{\text{Jumlah D.K}}$$

PDK = Proposi Dewan Komisaris
DKI = Dewan Komisaris Independen
DK = Dewan Komisaris

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas perusahaan merupakan usaha perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dalam kurun waktu tertentu. Profitabilitas perusahaan adalah salah satu landasan penilaian yang mencerminkan keadaan/kondisi perusahaan. Dalam menilai kondisi tersebut dibutuhkan alat-alat analisis serta dasar teori yang kuat. Alat-alat analisis yang dimaksud yaitu rasio-rasio keuangan (Rasio Profitabilitas). Rasio profitabilitas merupakan suatu model analisis yang merupakan perbandingan data keuangan sehingga informasi keuangan tersebut menjadi lebih berarti. Hasil pengukuran tersebut dapat dijadikan alat evaluasi kinerja manajemen perusahaan. Untuk perusahaan yang belum mencapai target finansial seperti yang telah ditentukan artinya mereka perlu memperbaiki lagi keefektifan dalam produktivitas kerja.

Profitabilitas adalah hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan. Dimana rasio ini digunakan sebagai alat pengukur atas kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian pengukuran profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan tingkat efektivitas manajemen secara menyeluruh dan secara tidak langsung para investor jangka panjang sangat berkepentingan dengan analisis ini. Selain itu keuntungan (profitabilitas) sangat penting bagi perusahaan bukan saja untuk terus mempertahankan pertumbuhan bisnisnya namun juga memperkuat kondisi keuangan perusahaan.

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas diantaranya adalah :

- a. *Gross Profit margin*
- b. *Operating Profit Margin*
- c. *Net Profit Margin*
- d. *Return On Assets*
- e. *Retrun On Equity*
- f. *Retrun On Investmen*
- g. *Earning Per Share*

Dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan 1 (satu) indikator pengukuran profitabilitas yaitu ;

Return On Asset (ROA) Kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba bersih dari total asetnya ditunjukkan dengan membandingkan laba bersih dengan total asetnya. Rumus ROA adalah sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Menurut Desatari & Hendratno dan Mahmudin, Lau & Tandirerung (2019), "ukuran perusahaan sendiri adalah ukuran besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan atau diukur oleh total aktiva, total penjualan, total laba, beban pajak, dan lain-lain." (Ginting & Nasution, 2020). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Firm Size} = \text{Ln} (\text{Total Aktiva})$$

Karena besarnya total aktiva setiap perusahaan berbeda, bahkan dengan perbedaan yang signifikan, indikator ukuran perusahaan dapat dihitung dengan menghitung logaritma natural (Ln) dari total aktiva. Agar data terlihat normal, total aset harus di Ln. Hal ini dilakukan untuk mencegah data yang tidak normal. Menurut Seftianne & Handayani (2011) dan dalam (Suroto & Setiadi, 2019), ukuran perusahaan menunjukkan seberapa besar atau kecil suatu bisnis. Lapangan usaha perusahaan menentukan besar kecilnya. Jumlah penjualan, total aset, dan tingkat penjualan rata-rata dapat digunakan untuk menentukan seberapa besar atau kecil perusahaan. "Ukuran perusahaan ialah cerminan dari jumlah aset untuk mempertimbangkan nilai emiten atau perusahaan", kata Maikel Sanger et al. (2019) dalam Linna Ismawati (2019).

Berdasarkan berbagai teori para ahli, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, total aset adalah indikator ukuran perusahaan, dan penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan yang lebih besar menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola asetnya dengan baik (Mahmudin, Lau, & Tandirerung, 2019). Perusahaan dengan skala besar dan saham tersebar luas memiliki potensi unik dalam menangani masalah bisnis dan menghasilkan keuntungan yang lebih besar karena didukung oleh aset yang besar, yang memungkinkan perusahaan untuk mengatasi kendala yang terkait dengan aset.

2.1.6 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR merupakan konsep atau program yang dimiliki perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar. CSR merupakan wujud kepedulian dan sensitifitas perusahaan untuk ikut meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan

lingkungan, serta merupakan bagian dari upaya investasi yang mendukung keberlanjutan dari usaha yang dikembangkan. Menurut Prastowo dan Huda (2019), CSR adalah mekanisme alami perusahaan untuk ‘membersihkan’ keuntungan besar yang diperoleh, seperti yang diketahui, cara-cara perusahaan untuk memperoleh keuntungan kadang-kadang merugikan orang lain, baik itu yang tidak disengaja apalagi yang disengaja. Dikatakan mekanisme alamiah karena CSR adalah konsekuensi dari dampak keputusan-keputusan ataupun kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan, maka kewajiban perusahaan tersebut adalah membalikkan keadaan masyarakat yang mengalami dampak tersebut kepada keadaan yang lebih baik (Heri Susanto 2023). *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* merupakan bentuk tanggung jawab organisasi terhadap dampak dari keputusan dan kegiatan-kegiatannya terhadap masyarakat serta lingkungan melalui perilaku transparan dengan memberikan kontribusi berupa pembangunan secara berkelanjutan untuk kesejahteraan lingkungan, mempertimbangkan harapan stakeholder sesuai hukum dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi secara menyeluruh dengan organisasi (*ISO 26000: 2010 Guidance on Social Responsibility*).

CSR dibagi menjadi dua kategori: pengertian luas dan pengertian sempit. CSR sangat terkait dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan. Menurut Nayenggita (2019), tanggungjawab sosial dan akuntabilitas perusahaan terhadap masyarakat, negara, dan dunia internasional adalah dua aspek penting keberlanjutan kegiatan ekonomi. Tidak ada definisi resmi untuk *Corporate Social Responsibility*. Tanggung jawab sosial perusahaan biasanya didefinisikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan.

Pasal 1 Ayat 3 Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 Untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan meningkatkan lingkungan, Perseroan berkomitmen pada Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dengan berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan tujuan membantu Perseroan, komunitas setempat, dan masyarakat secara keseluruhan.

Prinsip CSR

Terdapat tiga prinsip dasar yang penting untuk diperhatikan dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (Triple Bottom Lines Corporate Social Responsibility)*, prinsip ini harus menjadi pemahaman secara menyeluruh dalam pengaplikasian program *Corporate Social Responsibility*, yaitu:

1. Profit

2. People
3. Planet.

Ketiga hal ini merupakan prinsip dasar yang harus menjadi landasan dalam setiap konsep pelaksanaan Corporate Social Responsibility sehingga pemahaman yang keliru terhadap konteks pelaksanaan Corporate Social Responsibility dapat dihindari.

Pengungkapan CSR

Hackston dan Milne (1996) dalam Trisnawati (2019) menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses penyampaian informasi kepada pihak yang berkepentingan (stakeholder) serta 15 khalayak masyarakat mengenai dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan tahunan perusahaan (annual report). Setelah dikeluarkannya peraturan tentang pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan, banyak perusahaan menyampaikan informasi mengenai aktivitas tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan (annual report). Hanya saja masih ada tidak perusahaan yang melakukan pelaporan terkait aktivitas tanggung jawab sosial dengan anggapan bahwa pelaporan CSR masih bersifat voluntary sesuai dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No 1 paragraf 15.

Pelaporan tanggung jawab sosial dan lingkungan menggunakan panduan yang dikenal dengan sebutan GRI (Global Reporting Initiative). GRI merupakan acuan yang disepakati diseluruh dunia dalam pengungkapan laporan tanggung jawab sosial karena GRI dapat diterapkan di setiap negara. Pengungkapan CSR dalam penelitian ini diukur menggunakan indicator GRI versi G4. GRI versi G4 menyatakan pengungkapannya dalam 91 item pengungkapan yang terdiri dari kategori ekonomi (9 item), lingkungan (34 item), dan sosial yang mencakup sub kategori tenaga kerja (16 item), hak asasi manusia (12 item), masyarakat (11 item), dan produk (9 item).

2.2 Tinjauan Peneliti Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan menjadi acuan pada penelitian ini:

1. Maharani Yusti Nendra (2021) melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Good Corporate*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan corporate

social responsibility. Kepemilikan institusional, dewan komisaris independen dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

2. Nurogo, Sarika Syaharani and , Muhammad Sholahuddin, S.E., M.Si., Ph.D (2022) melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Good Corporate Governance*, *corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Perbankan Syariah di Indonesia periode 2016-2020. Hasil dari Penelitian Penulis Menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap perusahaan.
3. Laelatus Sholikhah dan Titi Rachmawati (2022) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Profitabilitas dan Karakteristik *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada profitabilitas besarnya koefisien parameter atau nilai original sampel (O) adalah -0.648 dengan nilai tstatistic 6.458 > 1.96 dan p-values adalah 0.000 dibawah 0.05 dari nilai signifikansi. Maka hal ini menunjukkan bahwa H1 pada penelitian ini diterima karena profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR). Sedangkan Karakteristik *Good Corporate governance* (GCG) besarnya koefisien parameter atau nilai original sampel (O) adalah 0.386 dengan nilai t-statistic 2.809 > 1.96 dan p-values adalah 0.005 dibawah 0.05 dari nilai signifikansi. Hal ini menunjukkan bahwa H2 pada penelitian ini diterima karena karakteristik *good corporate governance* (GCG) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
4. Afni Eliana Saragih dan Yan Christin Br. Sembiring (2019) melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Industri dan Kimia yang Terdaftar di BEI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa corporate governance, profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR baik secara simultan maupun secara parsial. Penelitian selanjutnya dapat diperluas dengan menganalisis faktor-faktor lain yang mempengaruhi CSR, atau menganalisis item CSR tertentu yang paling banyak diungkapkan oleh perusahaan.

5. Dhwan Fasya Nur Hidayat (2021) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Hasil Penelitian Penulis Menunjukkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* yang di proksikan melalui ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *Good Corporate Governance* yang di Proksikan Melalui ukuran Dewan Komisari, dan profitabilitas yang di proksikan melalui ROA, serta ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6. Rahmahsari, Yulia (2021) melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Good Corporate Governance* , Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2020 . Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kepemilikan institusional berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sementara itu, dewan komisaris independen, kepemilikan manajerial, komite audit, dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Secara simultan, semua variabel independen berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI.
7. Heri Susanto, Achmad Tjahjono (2023) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan *Good Corporate Governance (GCG)* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2020. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR; Likuiditas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap, Ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR; GCG berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR; Profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan GCG pada perusahaan farmasi tahun 2017–2020 secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
8. Intan Kurnia, Nur Diana dan M. Cholid Mawardi (2019) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Good*

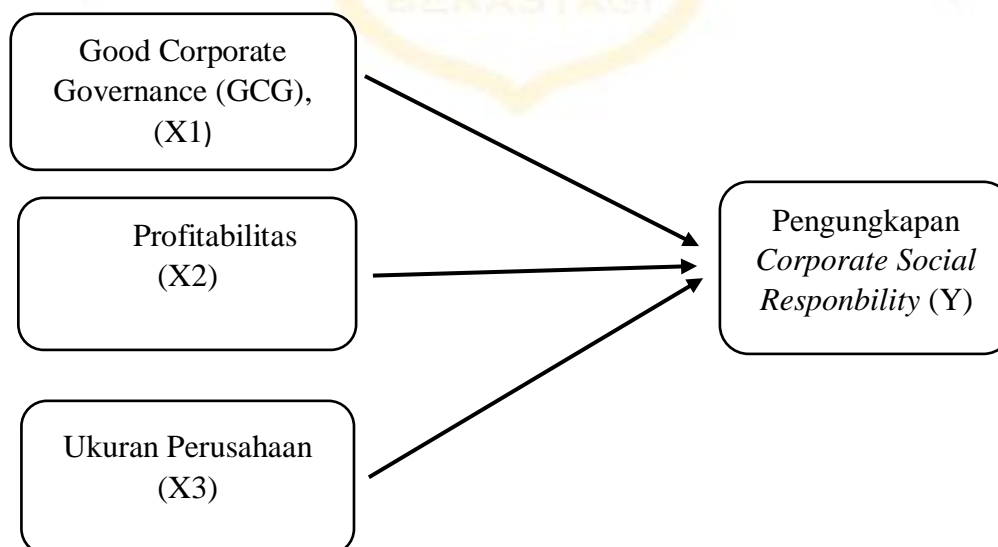
Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Earning Response Coefficient Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, kepemilikan manajerial, komposisi komisaris independen dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap laba koefisien respon. Sedangkan kualitas audit dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap koefisien respon laba.

9. *Ghina Kemala Dewi, Indah Fitri Yani, Yohana Yohana, Nawang Kalbuana, Muhammad Tho'in (2021) melakukan penelitian mengenai Pengaruh GCG, Leverage, Pengungkapan CSR terhadap Performance Financial pada perbankan syariah di Indonesia dengan ukuran perusahaan sebagai variable moderasi. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa GCG tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengaruh GCG terhadap kinerja keuangan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap leverage terhadap kinerja keuangan. kinerja keuangan, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan.*
10. *Ajarina, Dimita H. P. Purba, Duma Rahel Situmorang, Duma Meguria Elisabeth (2023). Melakukan penelitian mengenai Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan perbankan di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021. Hasil pengujian hipotesis t ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif dan signifikan terhadap CSR dengan signifikansi $0,430 < 0,05$, dan nilai t hitung $< t \text{ tabel } |-0.794| < 1.997$. Kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap CSR dengan nilai signifikansi $0,234 > 0,05$, dan nilai t hitung sebesar $1,201 < t \text{ tabel } 1,997$, profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif terhadap CSR dengan nilai signifikansi $0,221 > 0,05$, dan nilai t hitung $|-1,236| < t \text{ tabel } 1,997$, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai signifikansi CSR sebesar $0,001$ atau $> 0,05$, dan nilai t hitung $|-3,657| > t \text{ tabel } 1,997$. Berdasarkan hasil Uji F menunjukkan bahwa variabel ukuran dewan komisaris, kepemilikan publik, ROA,*

dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap CSR karena nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$, dan F hitung $7,133 > F$ tabel $2,51$. Nilai Adjusted R square sebesar $0,262$ ($26,2\%$) yang ditentukan berdasarkan analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel dependen CSR dapat dijelaskan oleh ukuran dewan komisaris, ROA, dan ukuran perusahaan. Untuk sementara, kelebihan sebesar $73,8\%$ dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar model eksplorasi ini.

2.3 Kerangka Berpikir

Sapto Haryoko (2023) mengatakan bahwa kerangka berpikir adalah sebuah penelitian variabel yang digunakan ada dua atau lebih. Maka dari itu, kerangka berpikir tersebut terdiri dari beberapa variabel yang kemudian akan dijelaskan dalam penelitian yang akan dilakukan. tata kelola bank yang menerapkan prinsip-prinsip keterbukaan, akuntabilita, pertanggungjawaban, independensi, dan kewajaran. Yang dapat menilai kemampuan dari perusahaan dalam mencari keuntungan dan juga memberikan tingkat ukuran efektifitas manajemen suatu perusahaan.



Gambar 2.1 Konsep Kerangka Berpikir

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2019) bahwa hipotesis merupakan jawaban yang sifatnya sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang mana rumusan masalah tersebut sudah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis disebut sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori.

1. **Pengaruh *Good Governance terhadap Corporate Social Responsibility***

Sebagai mekanisme *corporate governance*, komisaris independen diharapkan menjalankan tugasnya sebagai pengawas yang menjamin kepentingan pemegang saham diperhatikan dalam pengambilan keputusan perusahaan. Komisaris mempunyai peran mengawasi dan memberikan saran-saran kepada direksi dalam lingkup pengelolaan perusahaan. Ukuran dewan komisaris yang besar dalam suatu perusahaan akan meningkatkan pengawasan terhadap kinerja direksi dalam mengelola perusahaan, termasuk dalam kegiatan dan pengungkapan *corporate social responsibility*. Semakin banyak anggota komisaris maka semakin mudah dalam pengawasan kinerja manajer serta terciptanya efektivitas di perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Di Indonesia, jumlah komisaris independen perusahaan publik diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 33 tahun 2014 Pasal 20 Ayat 1-3. Dalam peraturan tersebut ditetapkan bahwa dalam hal dewan komisaris terdiri dari 2 (dua) orang anggota dewan komisaris, 1 (satu) di antaranya adalah komisaris independen. Dalam hal dewan komisaris terdiri lebih dari 2 (dua) orang anggota dewan komisaris, jumlah komisaris independen wajib paling kurang 30% (tiga puluh persen) dari jumlah seluruh anggota dewan komisaris. Ketentuan ini menyiratkan bahwa diharapkan semakin banyak komisaris independen maka dewan komisaris akan semakin efektif melaksanakan tugas pengawasannya. Di bawah pengawasan dewan komisaris independen diharapkan manajer dapat menjalankan tugasnya, termasuk mengambil keputusan pengungkapan CSR.

Sesuai dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan saja tetapi perusahaan harus memberikan manfaat terhadap stakeholder, dewan komisaris akan melakukan pengawasan dan mengarahkan direksi untuk membuat perusahaan memberikan

manfaat terhadap stakeholder sebagai bagian yang memengaruhi perusahaan, dalam hal ini pengungkapan corporate social responsibility adalah wujud kepedulian perusahaan terhadap stakeholder.

Semakin banyak dewan komisaris maka kualitas dan kuantitas pengungkapan CSR akan semakin baik, pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian Laelatus Sholikhah dan Titiek Rachmawati (2022) hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dengan demikian hipotesis pertama dapat dirumuskan sebagai berikut.

H1: *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan positif terhadap Pengungkapan CSR.

2. **Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility***

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri. Bagi entitas bisnis profitabilitas merupakan hal yang sangat penting untuk mempertahankan kelangsungan bisnis perusahaan, karena profitabilitas menunjukkan apakah entitas tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang atau tidak. Perusahaan akan selalu berusaha untuk meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan semakin terjamin dan keuangan perusahaan akan meningkat. Perusahaan yang mempunyai kinerja keuangan yang solid akan memiliki lebih banyak sumber daya untuk mengolah informasi serta dapat menyajikan pengungkapan yang lebih komprehensif. Menurut Hadi (2010) salah satu dari berbagai alasan yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah untuk meningkatkan image perusahaan.

Dengan demikian perusahaan yang melaksanakan pengungkapan *corporate social responsibility* diharapkan akan mendapat citra yang positif dari publik sehingga hal tersebut pada akhirnya akan berdampak pada meningkatnya profitabilitas perusahaan di masa yang akan datang. Jadi, semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pengungkapan CSR tersebut.

Penelitian yang dilakukan Heri Susanto (2023), Lealatus Sholikhah (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian diatas hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

3. **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility***

Ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar atau kecilnya perusahaan. Perusahaan dengan ukuran besar akan melakukan aktivitas operasi yang lebih banyak dibanding dengan perusahaan berukuran kecil. Sehingga membuat perusahaan dengan ukuran besar mendapatkan perhatian yang lebih dibandingkan dengan perusahaan berukuran kecil. Hal tersebut berkaitan dengan kekhawatiran masyarakat dimana mereka berasumsi bahwa ketika suatu perusahaan memiliki ukuran yang besar maka dampak yang ditinggalkan oleh perusahaan akan besar pula. Ukuran perusahaan secara statistic memiliki hubungan positif signifikan.

Perhatian yang diberikan masyarakat kepada perusahaan akan mendorong perusahaan dalam mengungkapkan Laporan *Corporate Social Responsibility* yang bertujuan untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmahsari, Yulia (2021), Heri Susanto, Achmad Tjahjono (2023) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian diatas hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3 : ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR.