

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Size*

2.1.1.1 Pengertian *Size*

Menurut Brigham dan Houston (2001:117), ukuran perusahaan adalah rata-rata penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun, dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil dari pada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian.

Longenecker (2001:16) mengemukakan bahwa terdapat banyak cara untuk mendefinisikan skala perusahaan, yaitu dengan menggunakan berbagai kriteria, seperti jumlah karyawan, volume penjualan, dan nilai aktiva.

Size perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005).

Ukuran perusahaan merupakan variabel kontrol yang di pertimbangkan dalam banyak penelitian (makalah) keuangan. Hal ini disebabkan dugaan banyaknya keputusan/hasil keuangan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Secara umum biasanya *Size* diproksi dengan total asset. Karena nilai total asset biasanya sangat besar dibandingkan variabel keuangan lainnya, variabel aset diperhalus menjadi Log (*asset*) atau Ln (*asset*) (Chandra Wijaya, 2005:274).

Ukuran perusahaan (*Size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan indikator tertentu, antara lain total aktiva, *log Size*, nilai saham, jumlah tenaga kerja, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil (Hainun dan Nurdiawansyah, 2014).

Berdasarkan beberapa definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai *equity*, nilai penjualan, jumlah karyawan dan nilai total aktiva/*asset*.

2.1.1.2 Metode Pengukuran *Size*

Menurut Riyanto (2008:313), definisi ukuran perusahaan adalah Besar kecilnya perusahaan dilihat dari besar nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva.

Dari pernyataan diatas bahwa rumus pengukuran *Size* diuraikan sebagai:

$$SIZE = total\ asset$$

2.1.2 Profitabilitas

2.1.2.1 Pengertian Profitabilitas

Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan (I Made Sudana, 2011:22).

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Kasmir, 2008:196)

Menurut Kieso yang dialih bahasakan oleh Emil Salim (2007:222) profitabilitas adalah Mengukur tingkat keberhasilan atau kegagalan perusahaan atau divisi tertentu sepanjang suatu periode tertentu.

Menurut E.F. Brigham dan J. F. Houston yang dialih bahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2010:148) rasio profitabilitas adalah sekelompok rasio yang menunjukkan kombinasi dari pengaruh likuiditas, manajemen aset dan utang pada hasil operasi.

Sedangkan menurut Agus Sartono (2010:122) rasio profitabilitas adalah Kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan.

2.1.2.2 Metode Pengukuran Profitabilitas

Menurut I Made Sudana (2011:22) terdapat beberapa cara untuk mengukur besar kecilnya profitabilitas, yaitu:

- a. *Return on Equity* (ROE)
- b. Rasio Margin Laba (*Profit Margin Ratio*)
- c. Rasio Kemampuan Dasar Menghasilkan Laba (*Basic Earning Power*)
- d. *Return on Assets* (ROA)

a. *Return on Equity* (ROE)

ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.

ROE dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

b. Rasio Margin Laba (*Profit Margin Ratio*)

Profit margin ratio mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan. Semakin tinggi rasio menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam menjalankan operasinya.

Gross profit margin dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Profit Margin Ratio} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

c. Rasio Kemampuan Dasar Menghasilkan Laba (*Basic Earning Power*)

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Dengan kata lain rasio ini mencerminkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan seluruh investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efektif dan efisien pengelolaan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak.

Basic earning power dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Basic earning power} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga \& Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

d. *Return on Assets* (ROA)

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktivitas perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan

aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya

ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return on Assets ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Menurut Kasmir (2008:199) terdapat beberapa cara untuk mengukur besar kecilnya profitabilitas, yaitu:

- a. *Profit Margin Ratio*
- b. *Return on Investment / Return on Asset*
- c. *Return on Equity*
- d. *Earning per Share of Common Stock*

a. *Profit Margin Ratio*

Ratio Profit Margin atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan.

Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih.

Profit Margin Ratio dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Sales}}$$

b. *Return on Investment / Return on Asset*

Rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan, juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya.

ROI / ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Total Assets}}$$

c. *Return on Equity*

Hasil pengembalian ekuitas atau *return on equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

ROE dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\textit{Earning After Interest and Tax}}{\textit{Equity}}$$

d. *Earning per Share of Common Stock*

Rasio laba per lembar saham disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, kesejahteraan pemegang saham meningkat. Dengan pengertian lain, tingkat pengembalian yang tinggi.

Laba Per Lembar Saham dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\textit{Laba Per Lembar Saham} = \frac{\textit{Laba Saham Biasa}}{\textit{Saham Biasa yang Beredar}}$$

2.1.2.3 Metode Pengukuran Profitabilitas yang Digunakan

2.1.2.3.1 Return on Assets (ROA)

Menurut E. F. Brigham dan J. F. Houston yang dialih bahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2010:148) pengertian ROA adalah Rasio laba bersih terhadap total aset.

ROA merupakan rasio pengukuran profitabilitas yang sering digunakan oleh manajer keuangan untuk mengukur efektifitas keseluruhan dalam menghasilkan laba dengan aktiva yang tersedia (Luki Ahmad Yusuf, 2015:29).

Return On Asset (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan (Kasmir, 2009:201).

Munawir (2001:91-92) dalam Astarini (2012), keunggulan *Return On Assets* (ROA) adalah sebagai berikut:

1. Dapat diperbandingkan dengan rasio industri sehingga dapat diketahui posisi perusahaan terhadap industri. Hal ini merupakan salah satu langkah dalam perencanaan strategi.
2. Selain berguna untuk kepentingan kontrol, analisis ROA juga berguna untuk kepentingan perencanaan.
3. Jika perusahaan telah menjalankan praktik akuntansi dengan baik maka dengan analisis ROA dapat diukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan.

2.1.3 Leverage

2.1.3.1 Pengertian Leverage

J. Fred Weston dan Thomas E. Copeland yang dialih bahasakan oleh Jaka Wasana (1992:266) menyatakan... “rasio *Leverage* yang mengukur perbandingan antara dana yang disediakan oleh pemilik perusahaan dengan dana yang berasal dari kreditor perusahaan.”

Leverage adalah mengukur berapa besar penggunaan utang dalam pembelanjaan perusahaan (I Made Sudana, 2011:20)

Agus Sartono (2001:120) menyatakan bahwa, “*Leverage* menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya.”

Sutrisno (2003:248) menyatakan bahwa:

“Rasio *Leverage* menunjukkan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan dibelanjai dengan hutang, apabila perusahaan tidak mempunyai *Leverage* atau *Leverage factor*-nya = 0 artinya perusahaan dalam beroperasi sepenuhnya menggunakan modal sendiri atau tanpa menggunakan hutang. Semakin rendah *Leverage factor*, perusahaan mempunyai resiko kecil bila kondisi ekonomi merosot”

Selanjutnya Sutrisno (2003:249) menyatakan bahwa:

“Penggunaan dana hutang bagi perusahaan tersebut mempunyai tiga dimensi, yaitu (1) pemberian kredit akan menitik beratkan pada besarnya jaminan atas kredit yang diberikan, (2) dengan menggunakan dana hutang, maka apabila perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari beban tetapnya maka pemilik perusahaan keuntungannya akan meningkat, dan (3) dengan penggunaan hutang, pemilik mendapatkan dana tanpa kehilangan pengendalian pada perusahaannya. Semakin besar tingkat *Leverage* perusahaan, akan semakin besar jumlah hutang yang digunakan, dan semakin besar risiko bisnis yang dihadapi terutama apabila kondisi perekonomian memburuk”.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa rasio *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Dari rasio ini dapat diketahui besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya jika dibandingkan dengan modal sendiri.

2.1.3.2 Metode Pengukuran *Leverage*

Menurut I Made Sudana (2011:20) terdapat beberapa cara untuk mengukur besar kecilnya *Leverage*, yaitu:

- a. *Times Interest Earned Ratio*
- b. *Cash Coverage Ratio*
- c. *Long-Term Debt to Equity Ratio*
- d. *Debt Ratio*

- a. *Times Interest Earned Ratio*

Times interest earned ratio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar beban tetap berupa bunga dengan menggunakan *EBIT*

(*Earning Before Interest and Taxes*). Semakin besar rasio ini berarti semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar bunga semakin baik, dan peluang untuk mendapatkan tambahan pinjaman juga semakin tinggi.

Times interest earned ratio dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\textit{Times interest earned ration} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga \& Pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

b. *Cash Coverage Ratio*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dengan menggunakan EBIT ditambah dana dari depresiasi untuk membayar bunga. Semakin besar rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar bunga juga semakin tinggi, dengan demikian peluang untuk mendapatkan pinjaman baru pun semakin besar.

Cash coverage ratio dapat dirumuskan sebagai berikut:

Cash Coverage Ratio

$$= \frac{\text{Laba Sebelum Bunga \& Pajak} - \text{Penyusutan}}{\text{Beban Bunga}}$$

c. *Long-Term Debt to Equity Ratio*

Rasio ini mengukur besar kecilnya penggunaan utang jangka panjang dibandingkan dengan modal sendiri perusahaan. Semakin besar rasio mencerminkan risiko keuangan perusahaan yang semakin tinggi, dan sebaliknya.

Long-term debt to equity ratio dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\textit{Long - Term Debt to Equity Ration} = \frac{\text{Utang Jangka Panjang}}{\text{Modal}}$$

d. *Debt Ratio*

Debt Ratio ini mengukur proporsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktiva perusahaan. Semakin besar rasio menunjukkan semakin besar porsi penggunaan utang dalam membiayai investasi pada aktiva, yang berarti pada risiko keuangan perusahaan meningkat dan sebaliknya.

Debt ratio dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{Debt\ Ratio = \frac{Total\ Utang}{Total\ Aktiva}}$$

Menurut Kasmir (2008:155) terdapat beberapa cara untuk mengukur besar kecilnya *Leverage*, yaitu:

- a. *Debt Ratio*
- b. *Debt to Equity Ratio*
- c. *Long Term Debt to Equity Ratio (LTDtER)*
- d. *Times Interest Earned*
- e. *Fixed Charge Coverage (FCC)*

a. *Debt Ratio*

Debt Ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

Debt ratio dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{Debt\ to\ Asset\ Ratio = \frac{Total\ Debt}{Total\ Assets}}$$

b. *Debt to Equity Ratio*

Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

Debt to Equity Ratio dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{Debt\ to\ Equity\ Ratio = \frac{Total\ Utang\ (Debt)}{Ekuitas\ (Equity)}}$$

c. *Long Term Debt to Equity Ratio* (LTDtER)

LTDtER merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan.

Long Term Debt to Equity Ratio dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{LTDtER = \frac{Long\ Term\ Debt}{Equity}}$$

d. *Times Interest Earned*

Jumlah kali perolehan bunga atau *times interest earned* merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana pendapatan dapat menurun tanpa membuat perusahaan merasa malu karena tidak mampu membayar biaya bunga tahunannya. Secara umum semakin tinggi rasio, semakin besar kemungkinan perusahaan dapat membayar bunga pinjaman dan

dapat menjadi ukuran untuk memperoleh tambahan pinjaman baru dari kreditor.

Times Interest Earned dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Biaya Bunga (interest)}}$$

e. *Fixed Charge Coverage* (FCC)

Fixed charge coverage atau lingkup biaya tetap merupakan rasio yang menyerupai *Times Interest Earned Ratio*. Hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (lease contract). Biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan atau jangka panjang.

Fixed charge coverage dapat dirumuskan sebagai berikut:

Fixed Charge Coverage

$$= \frac{\text{EBT} + \text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa/Lease}}{\text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa/Lease}}$$

2.1.3.3 Metode Pengukuran *Leverage* yang Digunakan

2.1.3.3.1 *Debt Ratio*

Debt Ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva (Kasmir, 2008:156)

Sutrisno (2009:217) menyatakan bahwa *debt ratio* adalah sebagai berikut:

“rasio ini digunakan untuk mengukur prosentase besarnya dana yang berasal dari hutang, yang dimaksud dengan hutang adalah semua hutang yang dimiliki oleh perusahaan baik yang berjangka pendek maupun yang berjangka panjang”

Menurut Martono dan Agus Harjito (2001:58) definisi *debt ratio* adalah rasio antara total hutang (*total debt*) dengan total aset (*total assets*) yang dinyatakan dalam persentase.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa *debt ratio* adalah cara mengukur porsi penggunaan hutang untuk membiayai investasi pada aktiva perusahaan yang dinyatakan dalam persentasi.

2.1.4 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

2.1.4.1 Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan (Bambang Rudito, 2013:1)

Thomas M. Jones mendefinisikan CSR sebagai berikut:

“Corporate Social Responsibility is the notion that corporations have an obligation to constituent groups in society other than stockholders and beyond that prescribed by law and union contract. Two facets of this definition are critical. First, the obligation must be voluntarily adopted; behaviour influenced by the coercive forces of law or union contract is not voluntary. Second, the obligation is a broad one, extending beyond the traditional duty to shareholders to other societal groups such as customers, employees, suppliers, and neighboring communities”.

Maksud dari definisi diatas tanggung jawab sosial perusahaan adalah gagasan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk kelompok konstituen dalam masyarakat, selain pemegang saham yang ditentukan oleh hukum dan

kontrak bisnis. Dua aspek dari definisi ini sangat penting. Pertama, kewajiban harus diadopsi secara sukarela; lebih dari perilaku yang dipaksakan oleh kekuatan koersif dari hukum atau kontrak serikat. Kedua, kewajiban adalah salah satu yang luas, lebih luas dibanding tugas tradisional yang diperuntukkan bagi pemegang saham, untuk masyarakat dan yang lainnya, seperti pelanggan, karyawan, pemasok, dan masyarakat sekitarnya (Totok Mardikanto, 2014:90)

Pengertian tanggung jawab sosial juga terdapat dalam Undang-undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 yang menyatakan bahwa:

“Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.

World Bank (Bank Dunia) mendefinisikan CSR sebagai:

“CSR is commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of live, in ways that are both good for business and good for development”.

Maksud dari definisi diatas adalah CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan yang dapat bekerjasama dengan karyawan dan perwakilan mereka, masyarakat sekitar dan masyarakat yang lebih luas untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik bagi bisnis maupun pengembangan (dalam Jayanti Purnasiwi dan Sudarno, 2009).

2.1.4.2 Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pertanggung jawaban Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin 2004; dalam Anggraini, 2006).

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut Sustainability Reporting. Sustainability Reporting adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (sustainable development). Sustainability Reporting meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA 2004; dalam Anggraini, 2006).

Pengertian tanggung jawab sosial yang relatif mudah dipahami dan dioperasionalkan adalah dengan mengembangkan *Triple Bottom Lines* (*profit, planet, dan people*) yang digagas John Elkington (1998), dia menegaskan bahwa perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*), melainkan memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*), hal tersebut memiliki tujuan agar tanggung jawab sosial harus mampu meningkatkan laba perusahaan, menyejahterakan karyawan dan masyarakat, serta meningkatkan kualitas lingkungan (Edi Suharto, 2010).

Menurut John Elkington (1998) dalam Sedoyono Hasibuan (2006) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dibagi menjadi tiga komponen utama yang dikenal dengan konsep triple bottom line, yaitu:

1. People

Sebuah bisnis harus bertanggungjawab untuk memajukan dan menyejahterakan sosial serta seluruh stakeholders. Hal ini bisa dibuktikan dengan kegiatan kederamawanan yang dilakukan secara tulus untuk membangun masyarakat dan sumberdaya manusi, seperti memberikan beasiswa pendidikan dan pelayanan kesehatan.

2. Profit

Perusahaan tidak boleh hanya memiliki keuntungan bagi organisasinya saja tetapi harus dapat memberikan kemajuan ekonomi bagi para stakeholder. Hal ini dapat dibuktikan dengan cara perusahaan terjun langsung ke masyarakat untuk memperkuat ketahanan ekonomi, seperti pembinaan Usaha Kecil Menengah (UKM), bantuan modal dan kredit serta pemberdayaan tenaga lokal.

3. Planet

Perusahaan harus dapat menggunakan sumberdaya alam dengan sangat bertanggungjawab dan menjaga keadaan lingkungan serta memperkecil jumlah limbah produksi. Hal ini bisa dibuktikan dengan cara penerapan proses produksi yang bersih, aman dan bertanggungjawab, contohnya seperti pengelolaan limbah, penanaman pohon, dan kampanye lingkungan hidup.

Tabel 2.1
The Triple Bottom Line of Corporate Social Responsibility

	People	Profit	Planet
Definisi	Sebuah bisnis harus bertanggungjawab untuk memajukan masyarakat sosial serta seluruh stakeholdersnya	Perusahaan tidak boleh hanya memiliki keuntungan bagi organisasinya saja tetapi harus dapat memberikan kemajuan ekonomi bagi para stakeholdersnya	Perusahaan harus dapat menggunakan sumberdaya alam dengan sangat bertanggungjawab dan menjaga keadaan lingkungan serta memperkecil jumlah limbah produksi
Jenis Kegiatan	Kegiatan kederamawanan yang dilakukan secara tulus untuk membangun masyarakat dan sumberdaya manusia	Tindakan perusahaan untuk terjun langsung di dalam masyarakat untuk memperkuat ketahanan ekonomi	Penerapan proses produksi yang bersih, aman dan bertanggungjawab
Contoh	<ul style="list-style-type: none"> · Beasiswa pendidikan · Pelayanan kesehatan · Sumbangan bencana alam 	<ul style="list-style-type: none"> · Pembinaan UKM · Bantuan modal dan kredit · Pemberdayaan tenaga lokal 	<ul style="list-style-type: none"> · Pengelolaan limbah · Penanaman pohon · Kampanye lingkungan hidup

Sumber: Sedoyono Hasibuan (2006)

Menurut ISO 26000 dalam Achmad Daniri (2008) bahwa prinsip-prinsip dasar tanggung jawab sosial yang menjadi dasar bagi pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan dan kegiatan tanggung jawab sosial, meliputi:

1. Kepatuhan kepada hukum
2. Menghormati instrumen atau badan-badan internasional
3. Menghormati stakeholders dan kepentingannya
4. Akuntabilitas
5. Transparansi
6. Perilaku yang beretika
7. Melakukan tindakan pencegahan
8. Menghormati dasar-dasar hak asasi manusia

2.1.4.3 Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Edi Suharto (2010:7) jika dikelompokkan terdapat empat manfaat diterapkannya tanggung jawab sosial yang dapat diperoleh perusahaan, yaitu:

1. Brand Differentiation

Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, tanggung jawab sosial bisa memberikan citra perusahaan yang khas, baik, dan etis dimata publik yang pada gilirannya menciptakan customer loyalty.

2. Human Resources

Program tanggung jawab sosial dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi tinggi.

3. Licences to Operate

Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial dapat mendorong pemerintah dan publik memberi “izin” bisnis, karena dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas.

4. Risk Management

Manajemen resiko merupakan isu sentral bagi setiap perusahaan. Reputasi perusahaan yang dibangun bertahun-tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan karyawan, atau kerusakan lingkungan.

Menurut Susanto (2009: 14-15) dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

1. Mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapat dukungan luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya.
2. CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Ketika perusahaan diterpa kabar miring atau bahkan ketika perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat lebih mudah memahami dan memaafkannya.
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya.
4. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para stakeholdernya. Pelaksanaan CSR secara konsisten menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap pihak-pihak yang selama ini berkontribusi terhadap lancarnya berbagai aktivitas serta kemampuan yang mereka raih.
5. Meningkatnya penjualan seperti konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

2.1.4.4 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Hackston dan Milne 1996; dalam Sembiring, 2005). Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab

yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray et. al. 1987; dalam Sembiring, 2005).

Item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mengacu pada hasil penelitian terdahulu, menurut hasil penelitian Hackston dan Milne (1996) dalam Edi Rismanda Sembiring (2005), item-item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dibagi kedalam tujuh kategori, yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum, ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 90 item pengungkapan. Berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia, maka penyesuaian kemudian dilakukan. Dua belas item dihapuskan karena kurang sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia sehingga secara total tersisa 78 item pengungkapan. 78 item tersebut kemudian disesuaikan kembali dengan masing-masing sektor industri sehingga item pengungkapan yang diharapkan dari setiap sektor berbeda-beda.

Sembiring (2005) menyatakan item-item pengungkapan tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut:

A. Lingkungan

Bidang ini meliputi aktifitas pengendalian pencemaran dan lingkungan hidup, hal tersebut meliputi pengendalian terhadap kerusakan lingkungan, konversi alam dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan. Item-itemnya adalah:

1. Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi
2. Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi
3. Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi
4. Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi

5. Konversi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas
6. Penggunaan material daur ulang
7. Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan
8. Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan
9. Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memeperindah lingkungan
10. Kontribusi dalam pemugaran bangunan bersejarah
11. Pengolahan limbah
12. Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan
13. Perlindungan lingkungan hidup

B. Energi

Bidang ini meliputi aktivitas dalam pengaturan penggunaan energi dalam hubungannya operasi perusahaan dan penignkatan efisiensi terhadap produk perusahaan, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dll. Itemnya adalah:

14. Menggunakan energy secara lebih efisien dalam kegiatan operasi
15. Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi
16. Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang
17. Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi
18. Peningkatan efisiensi energi dari produk
19. Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk
20. Kebijakan energi perusahaan

C. Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja

Bidang ini meliputi aktivitas dalam pelaksanaan kesehatan dan keselamatan kerja dalam hubungannya dengan operasi perusahaan dan peningkatan terhadap efisiensi pelaksanaan kegiatan perusahaan. Itemnya adalah:

21. Mengurangi polusi, iritasi atau resiko dalam lingkungan kerja
22. Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental
23. Statistik kecelakaan kerja
24. Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja
25. Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja
26. Menetapkan sutau komite keselamatan kerja
27. Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja
28. Pelayanan kesehatan tenaga kerja

D. Lain-lain dengan Tenaga Kerja

Segala kegiatan lainnya yang berhubungan dengan tenaga kerja, itemnya adalah:

29. Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat
30. Presentase jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat manajerial
31. Tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan
32. Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat
33. Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja

34. Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
35. Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja
36. Bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan
37. Perencanaan kepemilikan rumah karyawan
38. Fasilitas untuk aktivitas rekreasi
39. Presentase gaji untuk pensiun
40. Kebijakan penggajian dalam perusahaan
41. Jumlah tenaga kerja dalam perusahaan
42. Tingkatan menejerial yang ada
43. Disposisi astaff dimana staff ditempatkan
44. Jumlah staff, masa kerja dan kelompk usia mereka
45. Statistik tenaga kerja, misalnya penjualan pertenaga kerja
46. Kualifikasi tenaga kerja yang direkrut
47. Rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja
48. Rencana pembagian keuntungan lain
49. Informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja
50. Informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan
51. Laporan tenaga kerja yang terpisah
52. Hubunga perusahaan dengan sertifikat buruh
53. Gangguan dan aksi tenaga kerja
54. Informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan
55. Kondisi kerja secara umum
56. Reorganisasi perusahaan yang mempengaruhi tenag akerja
57. Statistik perputaran tenaga kerja

E. Produk

Meliputi keamanan, pengurangan polis, dll. Itemnya adalah:

58. Pengembangan produk perusahaan termasuk pengemasan
59. Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk
60. Informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk
61. Produk memenuhi standar keselamatan
62. Membuat produk lebih aman untuk konsumen
63. Melaksanakan riset atau tingkat keselamatan produk perusahaan
64. Peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk
65. Informasi dan keselamatan produk perusahaan
66. Informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
67. Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (ISO 9000)

F. Keterlibatan masyarakat

Meliputi segala kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang berhubungan dengan masyarakat. Itemnya adalah:

68. Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan tunai
69. Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/pelajar
70. Sebagai sponsor utnuk proyek kesehatan masyarakat

- 71. Membantu riset medis
- 72. Sponsor untuk konversi pendidikan, seminar atau pameran seni
- 73. Membiayai program beasiswa
- 74. Membuka fasilitas perumahan untuk masyarakat
- 75. Sponsor kampanye nasional
- 76. Mendukung pengembangan industry local

G. Umum

Meliputi kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Itemnya adalah:

- 77. Tujuan kebijakan pemisahan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat
- 78. Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan diatas.

Total CSRI adalah 78 item. Pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item tanggung jawab sosial dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan (Yosefa Sayekti dan Ludovicus Sensi Wondabio, 2007).

Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSR_{Dj} = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Dimana:

CSR_{Dj} : Corporate Social Responsibility Disclosure Index Perusahaan j

n_j : Jumlah item untuk perusahaan j, n_j < 78

X_{ij} : Dummy variable; 1 = jika item i diungkapkan, 0 = jika item i tidak diungkapkan.

2.1.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Sebagai tinjauan penelitian yang dilakukan penulis, akan dikemukakan hasil dari beberapa penelitian terdahulu tentang beberapa faktor-faktor yang

mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan memunculkan hasil yang tidak konsisten sehingga menarik untuk dikaji lebih dalam.

Tabel 2.2
Hasil Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITI DAN JUDUL PENELITIAN	VARIABEL, OBJEK, UNIT DAN TAHUN DATA PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
1	<p>Nama Peneliti: Hainun Dan Nurdiawansyah (2014)</p> <p>Judul Penelitian: <i>Analysis Of Effect Size Company, Profitability, And Leverage Against Social Responsibility Disclosure Of Listed Mining Industry In Indonesia Stock Exchange Period 2009-2012</i></p>	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Size</i> - <i>Profitability</i> - <i>Leverage</i> <p>Variabel Dependen: CSR</p> <p>Objek Penelitian: <i>Size, Profitability, Leverage, dan CSR</i></p> <p>Unit Penelitian: Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia</p> <p>Tahun Data Penelitian: 2009 - 2012</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan secara partial ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara partial profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara partial <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</p>
2	<p>Nama Peneliti: Heni Triastuti Kurnianingsih (2013)</p> <p>Judul Penelitian: Pengaruh Profitabilitas Dan <i>Size</i> Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></p>	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas - <i>Size</i> <p>Variabel Dependen: CSR</p> <p>Objek Penelitian: Profitabilitas, <i>Size</i> dan CSR</p> <p>Unit Penelitian: Perusahaan Perbankan</p> <p>Tahun Data Penelitian: 2006 - 2010</p>	<p>Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa <i>Profitabilitas</i> (ROA) dan <i>Size</i> perusahaan (<i>Ln of total asset</i>) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengungkapan CSR perusahaan. <i>Profitabilitas</i> dan <i>size</i> perusahaan yang terdiri dari ROA dan <i>Ln of total asset</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan.</p>
3	<p>Nama Peneliti: Wirmie Eka Putra, Yuliusman dan Dedy Setiawan (2011)</p> <p>Judul Penelitian: Pengaruh <i>Size</i>, Profitabilitas, <i>Leverage</i>, Kepemilikan Dalam Negeri Dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Survey Pada Perusahaan Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)</p>	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Size</i> - Profitabilitas - <i>Leverage</i> - Kepemilikan Dalam Negeri - Kepemilikan Asing <p>Variabel Dependen: CSR</p> <p>Objek Penelitian: <i>Size, Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Dalam Negeri, Kepemilikan Asing dan CSR</i></p> <p>Unit Penelitian: Perusahaan Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia</p> <p>Tahun Data Penelitian: 2007 - 2010</p>	<p>Hasil penelitian ini menyatakan ukuran, kemampuan, <i>leverage</i>, kepemilikan publik dalam negeri, dan kepemilikan asing perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga secara parsial ukuran, kemampuan, <i>leverage</i>, kepemilikan publik dalam negeri, dan kepemilikan asing perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</p>

Sumber: Diolah Penulis

Hasil penelitian Hainun dan Nurdiawansyah (2014) menyatakan secara partial ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara partial profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara partial *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian Kurnianingsih (2013) menyatakan *Profitabilitas* (ROA) dan *Size* perusahaan (*Ln of total asset*) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. *Profitabilitas* dan *size* perusahaan yang terdiri dari ROA dan *Ln of total asset* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI dan hasil penelitian Putra, Yuliusman dan Dedy (2011) menyatakan ukuran, kemampuan, *leverage*, kepemilikan publik dalam negeri, dan kepemilikan asing perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. Secara parsial ukuran, kemampuan, *leverage*, kepemilikan publik dalam negeri, dan kepemilikan asing perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan pengaruhnya termasuk dalam kategori rendah untuk variabel ukuran, sedangkan *profitability*, *Leverage*, kepemilikan publik dalam negeri, kepemilikan luar negeri perusahaan pengaruhnya termasuk dalam kategori rendah.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh *Size* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dalam Birgham dan Houston yang dialih bahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2006:20), perusahaan yang keuntungannya diatas rata rata dapat melakukan tanggung jawab sosial. Banyak perusahaan besar yang melakukan sejumlah besar proyek masyarakat dan program kesejahteraan karyawan.

Ukuran perusahaan (*Size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil (Sembiring 2005; dalam Sari, 2012).

Perusahaan yang lebih besar akan melakukan lebih banyak aktivitas, memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, mempunyai lebih banyak pemegang saham yang boleh jadi terkait dengan program sosial perusahaan, dan laporan tahunan akan menjadi alat yang efisien untuk menyebarkan informasi ini (Cowen *et al.* 1987; dalam Sembiring, 2005).

2.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung semakin luas *Corporate Social Responsibility Disclosure*, perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan

mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas (Belkaoui dan Karpik, 1989; dalam Sari, 2012).

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung-jawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan (Hackston dan Milne, 1996; dalam Kurnianingsih, 2013).

Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata (Purnasiwi dan Sudarno, 2009).

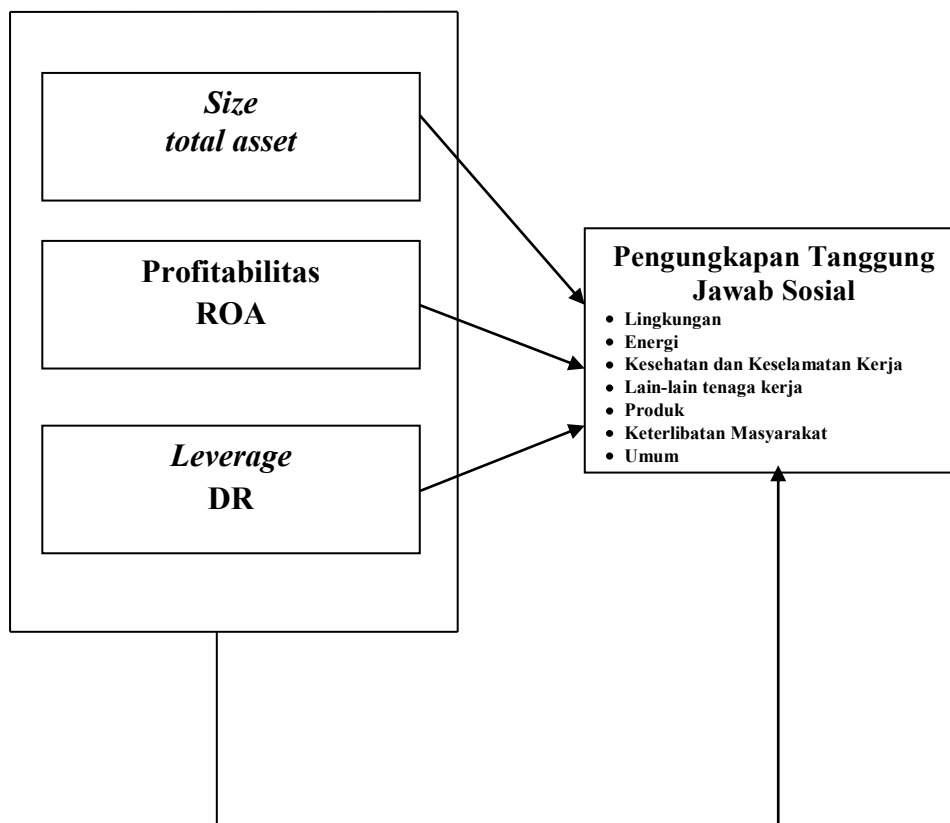
2.2.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Semakin tinggi *Leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *Leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, supaya dapat melaporkan laba sekarang lebih tinggi dan mengurangi biaya pengungkapan (Scott 2000:170; dalam Wijaya, 2012).

Perusahaan dengan tingkat *Leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Perusahaan dengan tingkat *Leverage* yang tinggi memiliki biaya keagenan tinggi sehingga perusahaan akan

mengurangi biaya-biaya berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (Sari, 2012).

Leverage menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya (Agus Sartono, 2001:120). Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *Leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976 dalam Purnasiwi dan Sudarno, 2009).



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka dan beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti mengindikasikan faktor *Size*, profitabilitas dan *Leverage* sebagai

variabel independen penelitian yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel dependen penelitian. Berikut hipotesis sementara dari penelitian ini adalah:

H1: *Size* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

H2: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

H3: *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.