

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori agensi adalah dasar teori yang menjadi acuan dalam pelaksanaan praktik bisnis suatu perusahaan. Pada teori agensi ini para pemegang saham (*stakeholders*) merupakan pihak *principal* sedangkan manajemen merupakan pihak agen (Borolla, 2011). Teori agensi menjelaskan hubungan keagenan antara dua pihak dimana satu atau lebih orang (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk melaksanakan jasa atas nama mereka yang melibatkan pendelegasian wewenang pembuatan keputusan kepada *agent* (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Sukasih, 2017). Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Sehingga terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan prinsipal, sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*).

Jensen dan Meckling (1976) dalam Zaen (2020) membagi biaya keagenan ini menjadi 3 (tiga), yaitu :

1. *Monitoring cost* adalah biaya yang ditimbulkan dan ditanggung oleh principal untuk memonitor perilaku agen, yaitu mengukur, mengamati dan mengontrol perilaku dari agen.

2. *Bonding cost* merupakan biaya yang ditanggung oleh agen dalam menetapkan dan mematuhi mekanisme yang dapat menjamin bahwa agen akan bertindak untuk kepentingan principal.
3. *Residual loss* adalah pengorbanan yang berupa berkurangnya kemakmuran principal sebagai akibat dari perbedaan keputusan agen. Hubungan keagenan terjadi antara pemegang saham (*principal*) dengan manajer (*agent*).

Teori agensi merupakan konsep yang mendasari praktik *corporate governance* dan fungsinya sebagai alat untuk memberikan keyakinan kepada para pemegang saham bahwa pemegang saham akan menerima *return* atas dana yang telah diinvestasikan dalam perusahaan. Sehingga dengan adanya komite audit pemilik saham menjadi lebih merasa aman karena adanya pengawasan dari internal perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan manajernya semakin besar maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan menjadi sorotan, sehingga perusahaan akan mengeluarkan biaya-biaya yang berkaitan tanggung jawab sosial untuk mengurangi tekanan dari *stakeholder*.

2.1.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi harus secara terus-menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka (organisasi) melakukan kegiatan sesuai dengan batasan-batasan norma-norma masyarakat. Teori legitimasi didasarkan atas gagasan bahwa bisnis perusahaan yang beroperasi di masyarakat memiliki kontrak sosial dimana organisasi diharapkan melakukan tindakan yang

diinginkan oleh masyarakat sebagai balasan atas diterimanya tujuan perusahaan, kelangsungan hidup perusahaan, dan penghargaan lainnya (Risty dan Sany, 2015).

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengkontruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik (Hadi, 2011).

Hubungan teori legitimasi dengan variabel dalam penelitian ini yaitu, apabila kinerja lingkungan perusahaan baik maka akan mendapat respon yang baik dari masyarakat pula. Jadi, perusahaan harus mendapatkan persetujuan atas keberadaan perusahaan di lingkungan sekitar. Legitimasi perusahaan bagi para stakeholder dapat dilakukan dengan adanya pelaksanaan etika dalam berbisnis dan meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.1.3 Corporate Social Responsibility

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Ningsih (2017), *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerjasama dengan para karyawan serta perwakilan perusahaan, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang

bermanfaat baik bagi kelangsungan bisnis perusahaan maupun untuk pembangunan. Sedangkan menurut (Abubakar, U. D., Hidayati, N., & Mawardi, 2018) pengungkapan *corporate social responsibility* adalah perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dan berkontribusi dengan melihat tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stakeholders* serta melihat keseimbangan di antara prospek ekonomi, sosial, serta lingkungan.

Menurut *Prince of Wales International Business Forum* (Pakpahan dan Lasmanita, 2018), ada lima pilar aktivitas tanggung jawab sosial yaitu:

1. *Building human capital* adalah berkaitan dengan internal perusahaan untuk menciptakan sumber daya manusia yang handal, sedangkan secara eksternal perusahaan dituntut melakukan pemberdayaan masyarakat.
2. *Strengthening economies* adalah perusahaan dituntut untuk tidak menjadi kaya sendiri sementara komunitas di lingkungannya miskin. Perusahaan harus memberdayakan ekonomi sekitarnya.
3. *Assesing social chesion* adalah upaya untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitarnya agar tidak menimbulkan konflik.
4. *Encouraging good governance* adalah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, harus mengacu pada *Good Corporate Governance (GCG)*.
5. *Protecting the environment* adalah perusahaan harus berupaya keras menjaga kelestarian lingkungan.

Beragam cara yang dilakukan perusahaan untuk menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Ada perusahaan yang mendirikan yayasan atau organisasi sosial perusahaan, bekerja sama dengan pihak lain, atau dengan menjalankan sendiri CSR mulai dari perencanaan hingga implementasinya. Terdapat 3 prinsip dasar pelaksanaan kegiatan CSR menurut Rindawati, dkk (2015) antara lain sebagai berikut:

1. *Sustainability* (keberlanjutan) menjelaskan tentang bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitasnya (*action*) memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan.
2. *Accountability* (dapat dipertanggungjawabkan) menjelaskan upaya perusahaan untuk terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukannya tersebut.
3. *Transparency* (transparansi) yang merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal dalam perannya untuk mengurangi asimetris informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

Penelitian ini menggunakan CSR indeks menurut Surat Edaran Jasa Keuangan (SEOJK) No. 30/SEOJK.04/2016 dan tidak menggunakan GRI G4 atau ISO 26000 atau standar penilaian CSR lain. Hal tersebut dikarenakan surat edaran yang dikeluarkan OJK merupakan pedoman wajib (*mandatory disclosure*) dalam menyusun laporan tahunan bagi emiten atau perusahaan publik. Selain itu juga, perusahaan di Indonesia masih bersifat sukarela (*voluntary disclosure*) dalam

pengungkapan laporan tanggung jawab sosial. Maka dari itu jika penilaian pengungkapan CSR berdasarkan standar lain selain (SEOJK) No. 30/SEOJK.04/2016 dirasa kurang tepat. Berikut merupakan indikator berdasarkan (SEOJK) No. 30/SEOJK.04/2016:

1. Lingkungan Hidup

- a. Penggunaan material dan energi yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang.
- b. Sistem pengolahan limbah emiten atau perusahaan publik.
- c. Mekanisme pengaduan masalah lingkungan.
- d. Sertifikasi di bidang lingkungan yang dimiliki.

2. Praktik Ketenagakerjaan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja

- a. Kesetaraan gender dan kesempatan kerja.
- b. Sarana dan keselamatan kerja.
- c. Tingkat perpindahan (turnover) karyawan.
- d. Tingkat kecelakaan kerja.
- e. Pendidikan dan pelatihan.
- f. Remunerasi.
- g. Mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan.

3. Pengembangan Sosial dan Kemasyarakatan

- a. Penggunaan tenaga kerja lokal.
 - b. Pemberdayaan masyarakat sekitar emiten atau perusahaan publik antara lain melalui penggunaan bahan baku yang dihasilkan oleh masyarakat atau pemberian edukasi.
 - c. Perbaikan sarana dan prasarana sosial.
 - d. Bentuk donasi lainnya.
 - e. Komunikasi mengenai kebijakan dan prosedur anti korupsi di emiten atau perusahaan publik, serta pelatihan mengenai anti korupsi (jika ada).
- ### 4. Tanggung jawab barang dan jasa
- a. Kesehatan dan keselamatan konsumen
 - b. Informasi barang dan jasa.
 - c. Sarana, jumlah, dan penanggulangan atas pengaduan konsumen.

Menurut Wulolo *et al* (2017) rumus pengukuran pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) adalah sebagai berikut:

$$CSRDi = \sum Xkyi / n$$

Keterangan :

CSRDi = Indeks pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan i

$\sum X_{kyi}$ = Jumlah skor pengungkapan CSR (Nilai 1 jika item y diungkapkan dan 0 jika item y tidak diungkapkan)

n = jumlah item untuk perusahaan

2.1.4 Komite Audit

Komite audit merupakan tangan kanan dewan komisaris yang mempunyai tugas, fungsi, dan tanggung jawab terhadap perusahaan, sehingga semakin mudah dalam mengendalikan dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka akan membantu dewan komisaris dan mempermudah dalam melaksanakan pengontrolan serta pengawasan atas tanggung jawab sosial (Rivandi, 2019).

Dalam pasal 10 Peraturan OJK No. 55 tahun 2015, komite audit secara umum memiliki tiga bidang pertanggungjawaban, yaitu :

1. Laporan Keuangan (*Financial Reporting*)

Tanggung jawab ini merupakan bentuk pengembangan dari prinsip transparansi (*transparency*). Komite audit dalam bidang ini bertanggung jawab berupa menjaga kualitas laporan keuangan agar tetap memberikan gambaran riil perusahaan (kondisi keuangan, hasil usaha, rencana, dan komitmen jangka panjang).

2. Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*)

Tanggung jawab ini merupakan bentuk pengembangan dari prinsip tanggung jawab (*responsibility*). Komite audit dalam bidang ini bertanggung jawab berupa monitoring terhadap tata kelola perusahaan agar aktivitas dan perencanaannya tidak menyalahi undang-undang, aturan, dan etika yang

berlaku serta pencegahan terhadap benturan kepentingan dan kecurangan oleh karyawan perusahaan.

3. Pengawasan Perusahaan (*Corporate Control*)

Tanggung jawab ini merupakan bentuk pengembangan dari prinsip akuntabilitas (*accountability*). Komite audit dalam bidang ini bertanggung jawab berupa controlling pada potensi risiko pengendalian internal dan monitoring kinerja auditor internal.

Komite audit dituntut dari pihak-pihak yang mempunyai integritas dan independen dalam mengambil sebuah kebijakan. Dengan komite audit yang memiliki sifat independen dimaksudkan tidak memihak kepentingan dalam menyikapi suatu masalah. Indikator dari ukuran komite audit terlihat melalui banyaknya anggota komite audit di sebuah organisasi, entitas, atau perusahaan.

Skala pengukuran untuk variabel ini adalah skala nominal yaitu dengan menghitung jumlah anggota komite audit dalam laporan tahunan perusahaan yang tercantum pada laporan tata kelola perusahaan (Erwanti dan Haryanto, 2017)

$$\text{Komite Audit} = \sum \text{Anggota Komite Audit}$$

2.1.5 Kinerja Lingkungan

1. Pengertian Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan yang peduli dan ikut andil terhadap lingkungan sekitarnya dalam menciptakan lingkungan yang baik (Halmawati, 2015). Kinerja lingkungan ini dipandang sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Kinerja lingkungan akan menggambarkan bagaimana

kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Jika lingkungan dan sumber daya di sekitar perusahaan sudah terjaga dengan baik, maka kinerja lingkungan perusahaan akan baik pula. Kinerja lingkungan perusahaan harus dijaga untuk menghindari tuntutan dari *stakeholder*, sehingga perusahaan tetap beroperasi dengan baik.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Lingkungan

Menurut Hansen dan Mowen (2009:410-411) beberapa alasan yang melatarbelakangi adanya kinerja lingkungan yaitu:

- a. Pelanggan menginginkan produk yang lebih bersih tanpa merusak lingkungan serta penggunaan dan pembuangan yang ramah lingkungan.
- b. Karyawan lebih suka bekerja di perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan sehingga menghasilkan produktivitas yang lebih besar.
- c. Perusahaan yang bertanggung jawab pada lingkungan yang baik cenderung memperoleh keuntungan eksternal serta dapat menghasilkan keuntungan sosial yang signifikan.
- d. Perbaikan kinerja lingkungan dapat meningkatkan keinginan manajer untuk melakukan inovasi dan mencari peluang baru.

3. Penilaian Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan dinilai melalui PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup) oleh Kementerian Lingkungan Hidup (Helmawati, 2015). PROPER merupakan program pengawasan terhadap industri yang bertujuan mendorong ketaatan industri terhadap peraturan lingkungan hidup. PROPER ini dibentuk untuk memberikan

peringkat pada perusahaan dengan indikator ketataan dalam pengelolaan lingkungan hidup. Peringkat PROPER ini dikelompokkan dalam 5 (lima) peringkat warna yaitu emas, hijau, biru, merah, dan hitam.

Tabel 2.1 Kriteria Peringkat PROPER

Peringkat Warna	Keterangan
Emas	Usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi dan jasa, serta telah melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
Hijau	Usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan dan mereka telah memanfaatkan sumber daya secara efisien serta melaksanakan tanggung jawab sosial dengan baik.
Biru	Usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan, yang disyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
Merah	Diberikan bagi mereka yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan tetapi belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam perundang-undangan.
Hitam	Diberikan kepada mereka yang dalam melakukan usaha dan/atau kegiatannya, telah dengan sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian sehingga mengakibatkan terjadinya pencemaran atau kerusakan lingkungan, serta melakukan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan/atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber : menlhk.go.id/

Penilaian kinerja lingkungan melalui PROPER ini dengan memberikan skor dari peringkat yang diprosikan dengan angka 5-1. Warna emas dengan skor 5, warna hijau dengan skor 4, warna biru dengan skor 3, warna merah dengan skor 2, dan warna hitam dengan skor 1 (Sukasih dan Sugiyanto, 2017).

2.1.6 Profitabilitas

1. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui sumber daya yang dimiliki yaitu dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, dan penggunaan modal (Hery, 2016:192). Sedangkan menurut *APB Statement* mengartikan profitabilitas adalah kelebihan (*defisit*) penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi (Harahap, 2001:226). Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi. Dikatakan perusahaan rentabilitasnya baik apabila mampu memenuhi target laba yang telah ditetapkan dengan menggunakan aktiva modal yang dimilikinya (Kasmir, 2015:114)

2. Perhitungan Profitabilitas

Menurut Bringham dan Houston (2010:146), jenis-jenis rasio probitabilitas terdiri dari:

1. Margin Laba atas Penjualan

Margin atas laba penjualan atau bisa disebut juga dengan *gross margin ratio* adalah rasio yang menunjukkan nilai relatif antara nilai laba bersih terhadap nilai penjualan. Laba bersih adalah nilai penjualan dikurangi harga pokok penjualan. Formula untuk menghitung margin laba atas penjualan, yaitu:

$$\text{Margin Laba atas Penjualan} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

Semakin besar nilai rasio, maka semakin besar laba bersih yang diperoleh perusahaan. Artinya, apabila profitabilitas perusahaan semakin tinggi, maka perusahaan memiliki tingkat keuntungan dalam laba bersih yang tinggi. Hal tersebut menjadi bisa apabila hasil margin laba atas penjualan suatu perusahaan lebih rendah dibanding dengan rata-rata industri. Hasil dibawah standar ini terjadi karena biaya yang terlalu tinggi disebabkan oleh operasi yang tidak efisien.

2. Pengembalian atas Total Aset

Rasio atas pengembalian total aset bisa disebut juga dengan *Return on Asset (ROA)* yang merupakan rasio keuntungan bersih setelah pajak terhadap jumlah aset secara keseluruhan. Rasio ini merupakan suatu ukuran untuk menilai besarnya presentase tingkat pengembalian perusahaan dari setiap aset yang dimiliki maupun digunakan. Formula untuk menghitung rasio ini, yaitu:

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

Semakin tinggi tingkat pengembalian atas aset suatu perusahaan, maka semakin tinggi laba bersih yang diperoleh perusahaan. Namun, tingkat

pengembalian atas aset yang rendah, tidak selalu berarti buruk. Hal tersebut bisa diakibatkan oleh keputusan yang disengaja, misalnya penggunaan utang dalam jumlah yang besar, beban bunga yang tinggi sehingga menyebabkan laba bersih relatif rendah. Jadi, faktor-faktor lain harus dipertimbangkan terlebih dahulu ketika akan menilai rasio-rasio yang mencerminkan kinerja perusahaan.

3. Rasio Kemampuan Dasar untuk Menghasilkan Laba

Rasio kemampuan dasar untuk menghasilkan laba atau *Basic Earning Power* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset perusahaan, sebelum adanya pengaruh pajak dan leverage. Rasio ini untuk membandingkan perusahaan dengan berbagai tingkat leverage keuangan dan situasi pajak. Formula yang digunakan untuk menghitung rasio ini, adalah:

$$\text{Basic Earning Power (BEP)} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total Asset}}$$

4. Return on Equity (ROE)

Return on Equity (ROE) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio pengembalian ekuitas, maka semakin baik. Adapun formula untuk mengukur rasio ini adalah:

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas Biasa}}$$

2.1.7 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan situasi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai

pemegang saham. Dalam laporan keuangan, keadaan ini ditunjukkan dengan besarnya persentase kepemilikan saham perusahaan oleh manajer. Karena hal ini merupakan informasi penting bagi pengguna laporan keuangan maka informasi ini akan diungkapkan dalam catatan atas laporan keuangan.

Zia dan Wahidahwati (2016) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial diukur dengan besarnya kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan. Manajer yang memiliki saham perusahaan tentunya akan menselaraskan kepentingannya sebagai manajer dan kepentingannya sebagai pemegang saham. Semakin besar kepemilikan saham manajerial dalam perusahaan, maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Secara sistematis perhitungan kepemilikan manajerial sebagai berikut:

$$KM = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkuat teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dalam sub-sub ini dijelaskan mengenai pengaruh komite audit, kinerja lingkungan, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial terhadap *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya.

Tabel 2.2
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1	Siti Nur Hafifah (2020) Pengaruh Size, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Komisaris, dan Komite Audit Terhadap Tanggung Jawab Sosial	Variabel Independen: Profitabilitas dan Komite Audit Variabel Dependen: Tanggung Jawab Sosial	Profitabilitas dan komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
2	Ester Ayu Febriana, Abdul Halim, dan Ati Retna Sari (2019) Pengaruh Elemen- Elemen <i>Corporate</i> <i>Governance</i> dan Kualitas Audit Terhadap Luas Pengungkapan <i>Corporate</i> <i>Social Responsibility</i> .	Variabel Independen: Kepemilikan Manajerial dan Komite Audit Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i>	Kepemilikan manajerial dan komite audit berpengaruh positif signifikan terhadap luas pengungkapan <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> .
3	Diah Rafika Yunia Sardi (2019) Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Terhadap <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> (CSR) Pada Perusahaan yang	Variabel Independen: Profitabilitas dan Kepemilikan Manajerial Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i>	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> . Sedangkan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> .

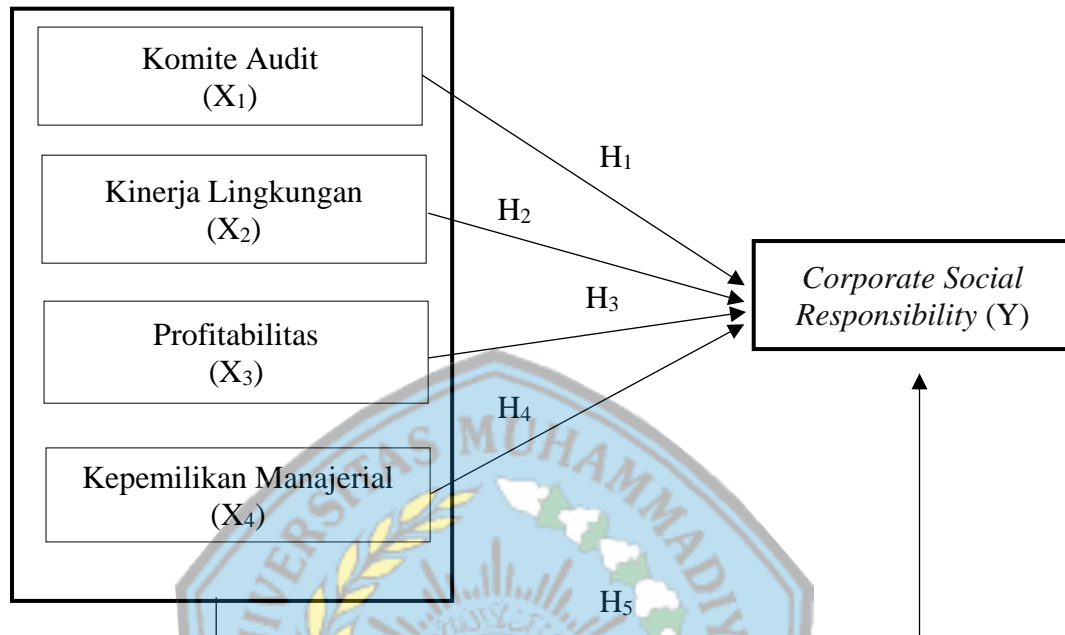
	Terdaftar di JII Tahun 2013-2015		
4	Abid Ramadhan dan Arfan Amrin (2019) Profitabilitas, Agresivitas Pajak Dan Kinerja Lingkungan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel Independen: Profitabilitas dan Kinerja Lingkungan Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> . Sedangkan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> .
5	Putu Purnama Dewi dan Gusti Ayu Emi Eka Yanti (2019) Kinerja Lingkungan, Manajemen Laba, <i>Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	Variabel Independen: Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Manajerial, dan Komite Audit Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
6	Anna Sukasih dan Eko Sugiyanto (2017) Pengaruh Struktur <i>Good Corporate Governance</i> Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan	Variabel Independen: Kepemilikan Manajerial, Komite Audit, dan Kinerja Lingkungan	Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social</i>

	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Responsibility</i> . Sedangkan komite audit dan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .
7	Halmawati dan Dwi Oktalia (2015) Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Profitabilitas Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Dalam Laporan Tahunan Perusahaan.	Variabel Independen: Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> .	Kinerja lingkungan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> .

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah komite audit, kinerja lingkungan, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial. Sedangkan variabel dependennya adalah *corporate social responsibility*. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.4 Perumusan Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh Komite Audit terhadap *Corporate Social Responsibility*

Komite audit merupakan usaha perbaikan terhadap cara pengelolaan perusahaan terutama cara pengawasan terhadap manajemen perusahaan yang akan menjadi penghubung antara manajemen perusahaan dengan komisaris maupun pihak ekstern lainnya. Komite audit akan berperan efektif untuk meningkatkan kredibilitas laporan keuangan dan membantu dewan komisaris memperoleh kepercayaan dari pemegang saham untuk memenuhi kewajiban penyampaian informasi dan salah satunya adalah tentang pengungkapan pertanggungjawaban

sosial perusahaan (Zhafira, 2019). Teori agensi merupakan konsep yang mendasari praktik *corporate governance* dan fungsinya sebagai alat untuk memberikan keyakinan kepada para pemegang saham bahwa pemegang saham akan menerima *return* atas dana yang telah diinvestasikan dalam perusahaan. Adanya komite audit pemilik saham menjadi lebih merasa aman karena adanya pengawasan dari internal perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Febriana, dkk (2019) menyebutkan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H1 = Komite Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.5.2 Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Kinerja lingkungan menjelaskan seberapa baik pencapaian perusahaan dalam mengelola sekitar sebagai dampak aktivitas yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik juga perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan dengan kinerja lingkungan yang buruk (Anindito, 2013). Semakin banyak peran perusahaan dalam kegiatan lingkungannya, maka akan semakin banyak pula yang harus diungkapkan oleh perusahaan mengenai kinerja lingkungan yang dilakukannya dalam laporan tahunannya. Kinerja lingkungan dapat dijelaskan dengan teori legitimasi yang

menyatakan perusahaan harus mendapatkan persetujuan atas keberadaan perusahaan di lingkungan sekitar. Sesuai dengan teori tersebut, apabila kinerja lingkungan perusahaan baik maka akan mendapat respon yang baik dari masyarakat pula. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Ramadhan (2019) dan Dewi (2019) bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H2 = Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.5.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (*profit*). Hubungan kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial diekspresikan dengan profitabilitas, hal itu disebabkan karena pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba. Selain itu 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*. Dikaitkan dengan teori agensi, perolehan laba yang semakin tinggi maka pengungkapan kegiatan sosial perusahaan semakin luas. Hal ini sejalan dengan penelitian mengenai profitabilitas yang telah dilakukan oleh Hafifah (2020) dan Sardi (2019)

menyebutkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H3 = Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.5.3 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility*

Jensen dan Meckling (1976) dalam Trisnawati (2014) menyatakan bahwa berdasarkan teori keagenan, perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham mengakibatkan timbulnya konflik yang disebut *agency conflict*. Konflik kepentingan yang sangat potensial ini menyebabkan pentingnya suatu mekanisme yang diterapkan guna melindungi kepentingan pemegang saham. Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan image perusahaan, meskipun harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut. Oleh karena itu semakin tinggi tingkat kepemilikan manajerial maka semakin tinggi pula pengungkapan program CSR. Hal ini sejalan dengan penelitian mengenai kepemilikan manajerial yang dilakukan oleh Febriana (2019) menyebutkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dapat dirumuskan

adalah sebagai berikut:

H4 = Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.5.4 Pengaruh Komite Audit, Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerjasama dengan para karyawan serta perwakilan perusahaan, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi kelangsungan bisnis perusahaan maupun untuk pembangunan (Ningsih, 2017). Berdasarkan hipotesis-hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, secara parsial masing-masing variabel memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Maka perumusan hipotesis yang dapat disimpulkan oleh peneliti secara simultan atau bersama-sama berpengaruh adalah:

H5 : Komite Audit, Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, dan Kepemilikan Manajerial secara simultan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.