

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial adalah kewajiban manajemen untuk membuat pilihan dan mengambil tindakan yang akan memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan dan kepentingan masyarakat serta organisasi itu sendiri (Richard, 2009). Banyak informasi yang diungkapkan tidak hanya tergantung pada keahlian pembaca, tetapi juga pada standar yang dibutuhkan para pengguna informasi terutama pada laporan keuangan. Informasi yang disampaikan harus berguna, bermanfaat dan tidak membingungkan bagi pengguna laporan keuangan untuk membantu dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Tanggung jawab sosial mencerminkan pandangan sosio-ekonomi; yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial manajer bukan sekedar menghasikkan keuntungan, tetapi juga termasuk melindungi dan meningkatkan kesejahteraan sosial. Pandangan ini didasarkan pada keyakinan bahwa perusahaan bukanlah entitas mandiri yang bertanggung jawab hanya kepada pemegang saham tetapi juga mempunyai tanggung jawab kepada masyarakat luas (Stephen & Coulter, 2010).

Perusahaan juga harus mempertahankan hubungannya dengan *stakeholder* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*. Terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk

aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Puji, 2015). Pihak-pihak berkepentingan lain yang juga penting adalah pemerintah dan masyarakat. Kebanyakan perusahaan ada hanya berdasarkan anggaran dasar dan izin yang memadai dan beroperasi dalam batasan-batasan hukum keselamatan kerja, ketentuan perlindungan lingkungan, peraturan persaingan usaha, hukum, serta peraturan lain dalam sektor pemerintahan (Richard, 2009).

Permintaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial didasarkan pada beberapa argumen. Pertama, masyarakat memberikan kebebasan kepada perusahaan-perusahaan untuk mengelola sejumlah besar sumber daya langka. Sebagai balasan atas hak istimewa ini, perusahaan mengemban tanggung jawab untuk menyampaikan data-data akuntansi periodik kepada masyarakat mengenai efektifitas dan efisiensi pengelolaan sumberdaya-sumberdaya langka tersebut. Perusahaan harus menyadari demi kepentingan sendiri pentingnya mengantisipasi opini masyarakat menyangkut masalah-masalah sosial (D.S CHOI & G.Mueller, 1997).

Kita mendefinisikan tanggung jawab sosial sebagai intensi bisnis, melampaui kewajiban hukum dan ekonominya, untuk melakukan hal yang benar dan bertindak dengan cara yang baik bagi masyarakat. Definisi kita mengasumsikan bahwa sebuah bisnis mematuhi hukum dan memperhatikan pemegang sahamnya, menambahkan kebutuhan etis untuk melakukan hal-hal yang membuat masyarakat lebih baik dan tidak melakukan hal yang membuat masyarakat menjadi lebih buruk (Stephen & Coulter, 2010). Pengukuran indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada indikator pengungkapan tanggung jawab sosial menurut Global Reporting Initiative (GRI) (Chelsya, 2018).

Adapun rumus tanggung jawab sosial yaitu:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

$CSRI_j$ = Indeks Corporate Social Responsibility perusahaan

$\sum X_i$ = Dummy Variabel: 1= jika item i diungkapkan, 0= jika item i tidak diungkapkan

n_j = jumlah item pengungkapan

2.1.2. Profitabilitas

Menurut (Sartono & Agus, 2010) menyatakan bahwa pengertian profitabilitas adalah sebagai berikut : "Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjual, total aktiva, maupun modal sendiri". Profitabilitas dapat menjadi pengukuran perusahaan mencapai kesuksesan dalam *profit-profitnya*, perusahaan yang mempunyai *profit* yang tinggi harus memperhatikan juga kepentingan lingkungan dan masyarakatnya.

Profit atau keuntungan merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai perusahaan, bukan mainstream ekonomi yang dijadikan pijakan filosofi operasional perusahaan, keuntungan merupakan orientasi utama perusahaan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio profitabilitas atau disebut juga rasio rentabilitas (Eko & Rio, 2015).

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 dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi (Kasmir, 2008).

Profitabilitas adalah patokan penuntun ketika menentukan target group, strategi pengiklanan, produk baru, harga atau rencana pemasaran. Dengan memperoleh laba yang maksimal, perusahaan dapat berbuat banyak untuk kesejahteraan pemilik, karyawan serta melakukan investasi (Eko & Rio, 2015). Perbandingan antara laba dan aktiva atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut, dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah, akan lebih berfokus terhadap kinerja ekonominya mereka dan memberikan perhatian yang rendah terhadap lingkungan (Diyong, 2015). Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Kasmir, 2008):

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Asset}}$$

2.1.3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan. Ukuran perusahaan juga dapat diprediksi mempengaruhi luasnya tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan. Perusahaan pada umumnya mempunyai jumlah aset yang besar, penjualan yang besar, skill karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak sehingga memungkinkan tingkat pengungkapan yang luas (Diyong, 2015). Perusahaan yang besar merupakan perusahaan yang banyak mendapat sorotan dari masyarakat, pengungkapan yang besar juga merupakan

pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab kepada lingkungan dan masyarakat.

Ukuran perusahaan adalah ukuran mengenai besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan ke dalam beberapa kelompok, diantaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Semua perusahaan dapat mengungkapkan tanggung jawab sosialnya baik itu perusahaan besar maupun kecil. Perusahaan-perusahaan besar melakukan tanggung jawabnya sesuai dengan ukuran perusahaan (Helmi, 2018).

Perusahaan dengan ukuran besar memiliki akses lebih besar dan luas dibandingkan dengan perusahaan yang kecil, sehingga untuk mendapat sumber pendanaan atau memperoleh pinjaman akan sangat mudah karena perusahaan dengan ukuran besar memiliki kesempatan lebih besar untuk memenangkan persaingan-persaingan dalam industri.

Menurut (Diyong, 2015) Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total aktiva, total penjualan, kapasitas pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal di masyarakat. Adapun rumus ukuran perusahaan adalah:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{LN Total Asset}$$

2.1.4. *Leverage*

Menurut (Diyong, 2015) *Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Semakin tinggi tingkat leverage besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha melaporkan laba yang lebih tinggi dengan cara mengurangi biaya-biaya termasuk biaya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Leverage memberikan gambaran-gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga bisa dilihat resiko yang tak tertagih atau hutangnya. Hal tersebut bisa mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial dikarenakan dapat membuat suatu pengeluaran yang akan menurunkan pendapatan. *Leverage* dapat diukur dengan rumus sebagai berikut (Kasmir, 2008):

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Asset}}$$

2.2. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

NO	REFERENSI	VARIABEL	ALAT ANALISIS	HASIL PENELITIAN
1.	Amrina Rosyada, Fenty Astrina (2018),	Y= Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Peneliti menggunakan purposive	X1= Profitabilitas berpengaruh

	<p>Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia</p>	<p>X1= Profitabilitas X2= Ukuran Perusahaan</p>	<p>sampling dalam pengambilan sampel.</p>	<p>tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. X2= Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.</p>
2.	<p>Chelsya (2018), Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan</p>	<p>Y= Tanggung Jawab Sosial Perusahaan X1= Profitabilitas X2= Ukuran Perusahaan X3= Dewan Komisaris</p>	<p>Analisis Regresi Berganda</p>	<p>X1= Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan X2= Ukuran Perusahaan berpengaruh</p>

	Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia			signifikan terhadap tanggung jawab sosial X3= Dewan Komisaris berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial
3.	Diyong Murdi Janra (2015), Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Perusahaan (studi empiris pada	Y= Tanggung Jawab Sosial Perusahaan X1= Kepemilikan Manajerial X2= Leverage X3= Profitabilitas X4= Ukuran perusahaan	Analisis regresi data panel	X1= Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial X2= Leverage berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab

	perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013)			<p>sosial</p> <p>X3=</p> <p>Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial</p> <p>X4= ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial</p>
4.	<p>Eko Sudarmanto,</p> <p>Rio Amanda</p> <p>Mudammad (2015),</p> <p>Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility</p>	<p>Y= Tanggung Jawab Sosial Perusahaan</p> <p>X1= Profitabilitas</p> <p>X2= Leverage</p> <p>X3= Ukuran perusahaan</p>	<p>Menggunakan metode purposive sampling</p>	<p>X1= profitabilitas berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan</p> <p>X2= leverage berpengaruh positif terhadap</p>

	Disclosure (Pada Industri Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Pada Tahun 2014-2015)			tanggung jawab sosial perusahaan X3= ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial
5.	Helmi Nur Anisah (2018), Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Komite Audit, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Likuiditas, Profil Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Dalam Laporan	Y= Tanggung jawab sosial perusahaan X1= kepemilikan manajerial X2= komite audit X3= ukuran dewan komisaris X4= profitabilitas X5= likuiditas X6= profil	Menggunakan metode purposive sampling	X1= kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab perusahaan X2= komite audit tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial X3= ukuran dewan komisaris berpengaruh

	<p>Tahunan (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Priode 2014- 2016)</p>	<p>perusahaan X7= ukuran perusahaan</p>		<p>terhadap tanggung jawab sosial perusahaan X4= profitabilitas tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial X5= likuiditas berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial X6= profil usaha tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial X7= ukuran perusahaan</p>
--	--	---	--	--

				berpengaruh signifikan negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.
6.	Puji rahayu (2015), Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas Dan Pengungkapan Media Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Jasa Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013	Y= Tanggung Jawab Sosial X1= kepemilikan saham X2= profitabilitas X3= pengungkapan media	SPSS version 21.00 for windows	X1= kepemilikan saham berpengaruh positif X2= profitabilitas tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab perusahaan X3= pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab perusahaan

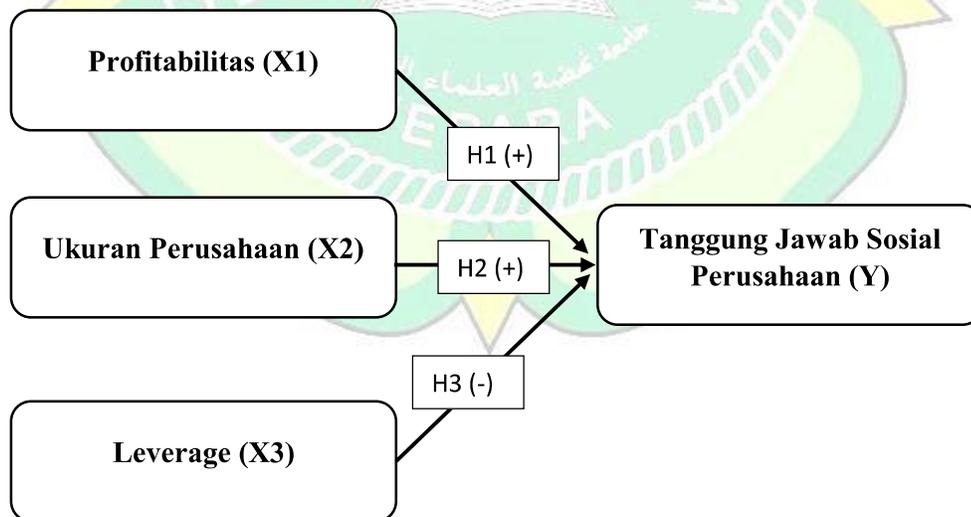
7.	<p>Savina Maya Trinanda, M. Yahdi, Noviansyah Rizal (2016), Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor Property dan Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016)</p>	<p>Y= Tanggung Jawab Sosial</p> <p>X1= Ukuran perusahaan</p> <p>X2 = Profitabilitas</p> <p>X3= <i>Leverage</i></p>	<p>Menggunakan metode purposive sampling</p>	<p>X1= Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan</p> <p>X2 = Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan</p> <p>X3= <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.</p>
----	--	--	--	---

Sumber : Jurnal (Amrina & Fenty, 2018), (Chelsya, 2018), (Diyong, 2015), (Eko & Rio, 2015), (Helmi, 2018), (Puji, 2015), (Savina, Yahdi, & Rizal, 2016)

2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis

Pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan masih bersifat sukarela, seharusnya perusahaan merespon isu-isu yang terjadi dalam tanggung jawab sosial yang berhubungan dengan kegiatan operasi perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial dapat memberikan manfaat bagi perusahaan maupun masyarakat. Penelitian ini memberikan gambar mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan jasa property dan real estate yang terdaftar di BEI. Penelitian ini juga ingin mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan diatas, kerangka pemikiran teoritis yang menggambarkan hubungan antar variabel disusun sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Model kerangka pemikiran dalam gambar tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut yang terdiri dari profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* akan diteliti apakah terdapat pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial dalam perusahaan jasa property dan real estate yang terdaftar di BEI.

2.4. Perumusan Hipotesis

Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* serta variabel dependennya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.4.1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba, dalam hubungannya dalam penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri (Sartono & Agus, 2010). 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 dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi (Kasmir, 2008).

Perusahaan yang tingkat profitabilitas tinggi cenderung untuk mengungkapkan banyak informasi tanggung jawab sosial perusahaan tersebut. Perusahaan yang mempunyai laba tinggi, biasanya juga memiliki banyak dana, termasuk untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial agar bisa mengurangi tekanan sosial dan pandangan-pandangan negatif dari masyarakat maupun lingkungan.

Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Eko & Rio, 2015), (Diyong, 2015) dan (Chelsya, 2018) yang menyatakan bahwa

profitabilitas berpengaruh positif atau signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

H1= Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

2.4.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Ukuran perusahaan adalah ukuran mengenai besar kecilnya perusahaan (Helmi, 2018). Secara umum baik dilihat dari teori agensi, politis, sumber daya dan integrasi antara bagian dalam perusahaan, perusahaan besar cenderung mengungkapkan informasi lebih banyak dan lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil. Dalam teori agensi berguna untuk mengurangi biaya keagenan yang besar, karena perusahaan besar memiliki keagenan yang besar. Untuk menghadapi risiko politis yang lebih besar yaitu tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial pada perusahaan kecil.

Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial yang diungkapkan. Karena perusahaan yang lebih besar mempunyai aktivitas yang lebih banyak dan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat serta perusahaan yang besar akan memiliki pemegang saham yang lebih banyak yang akan selalu memperhatikan program sosial yang dibuat oleh perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas.

Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Eko & Rio, 2015), (Amrina & Fenty, 2018), (Diyong, 2015), (Savina, Yahdi, & Rizal, 2016) dan (Chelsya, 2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

H2= Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

2.4.3. Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Leverage adalah alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. *Leverage* mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan. *Leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial (Eko & Rio, 2015).

Semakin tinggi tingkat leverage maka besar kemungkinan akan semakin melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha melaporkan laba yang lebih tinggi dengan cara mengurangi biaya-biaya termasuk biaya tanggung jawab sosial perusahaan sehingga *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial, hal ini dikarenakan keputusan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial dapat membuat suatu pengeluaran yang akan menurunkan pendapatan.

Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Savina, Yahdi, & Rizal, 2016) yang mengatakan bahwa *leverage* berpengaruh

negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

H3 = *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

