

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai landasan teori yang merupakan landasan berpikir dari suatu yang relevan yang digunakan sebagai tuntunan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan kajian teoritis dan kajian empiris. Kajian teoritis dalam penelitian ini yaitu *grand theory*. *Grand theory* yang digunakan adalah teori stakeholder, teori agensi, dan teori legitimasi. Kajian empiris yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

2.1 Teori Stakeholder

Dalam Teori *stakeholder* perusahaan merupakan entitas yang mampu memberikan manfaat bagi para *stakeholder* dan bukan semata mata beroperasi dalam mencari keuntungan (*profit*). Sehingga eksistensi dan kelangsungan hidup suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan dari para stakeholder dari perusahaan tersebut.

Menurut (Isa dan Azheri 2011:73), “*Stakeholder* merupakan orang dengan suatu kepentingan atau perhatian pada permasalahan tertentu”.

Menurut Wibisono dalam (Purnamasari and Masyithoh 2016:79) “*Stakeholders* atau pemangku kepentingan adalah pihak atau kelompok yang berkepentingan, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan, dan karenanya kelompok-kelompok tersebut mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan”

Menurut (Rokhlinasari Sri 2016:6) “*Stakeholder* adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi”.

Teori *stakeholder* ini menjadi dasar yang relevan dalam proses implementasi dan pengembangan *Corporate Social Responsibility* di perusahaan. Dengan adanya teori stakeholder ini perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi stakeholder-nya melalui pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility*. Sehingga diharapkan akan terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan sekitarnya.

2.2 Teori Agensi

Teori ini merupakan hasil modifikasi dari pengembangan model akuntansi keuangan dengan menambahkan aspek perilaku manusia dalam model ekonomi yang muncul dalam perkembangan riset akuntansi. Dalam teori agensi dijelaskan mengenai hubungan kontrak antara pemegang saham/pemilik dan manajemen/manajer. Menurut teori ini, hubungan antara pemilik dan manajer pada hakekatnya sulit tercipta karena adanya perbedaan kepentingan yang memicu terjadinya biaya keagenan (*agency cost*) (Utara, 2017:4).

Tujuan dari teori agensi adalah untuk meminimumkan biaya keagenan yang muncul dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan kedua belah pihak.

Menurut (Sintyawati, Ni Luh Ary 2018:996) “Ada beberapa alternatif untuk mengurangi *agency cost*, diantaranya yaitu meningkatkan kepemilikan

saham perusahaan oleh manajemen, mekanisme pengawasan dalam perusahaan, meningkatkan *dividen payout ratio* dan meningkatkan pendanaan melalui hutang”.

2.3 Teori Legitimasi

Teori legitimasi berfokus pada hubungan antara perusahaan dengan masyarakat. Dalam teori ini entitas perusahaan secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin sistem operasi mereka agar dapat berada dalam batas dan sistem sosial yang berlaku di masyarakat. Apabila kedua sistem ini berjalan selaras dapat dikatakan sebagai legitimasi perusahaan, namun apabila tidak terjadi keselarasan antara kedua sistem tersebut maka terdapat ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Menurut (Amilia dan Andayani,2019:4)“ Teori legitimasi merupakan teori yang berfokus dalam interaksi masyarakat dengan perusahaan”.

Menurut (Oktariyani dan Meutia, 2016:107) “Teori legitimasi berasal dari paradigma *political economy* yang memberikan pemahaman bahwa terdapat hubungan antara organisasi dengan ekspektasi sosial yang merupakan fakta dalam kehidupan sosial”.

Menurut beberapa hasil penelitian dijelaskan bahwa legitimasi perusahaan dapat ditingkatkan melalui *corporate social responsibility*. Untuk itu, pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan salah satu bentuk perhatian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Dengan adanya program *corporate social responsibility*, perusahaan dapat memberikan

kontribusi positif kepada masyarakat sekitar, sehingga masyarakat sekitar dapat menerima baik keberadaan perusahaan di lingkungannya.

2.4 Profitabilitas

2.4.1 Definisi Profitabilitas

Menurut Soelistyoningrum dalam Dewi dan Sedana (2019:6620) “Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja manajemen yang ditunjukkan melalui laba yang dihasilkan selama mengelola kekayaan perusahaan”

Menurut Darmawan (2020:103) “Rasio profitabilitas merupakan rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya. Efektifitas manajemen disini dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan”.

Menurut Atmojo dan Yuliandhari (2020:3169)“Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan yang diukur dari bagaimana mendapatkan profit dan efektivitas pada perusahaan dalam mengelola manajemen”.

2.4.2 Jenis Rasio Profitabilitas

Rasio yang termasuk rasio Profitabilitas :

- a. *Gross Profit Margin* (Margin Laba Kotor)

Menurut Ryanto dalam Noordiatmoko, Tinggi, dan Tribuana (2020:41) “*Gross profit margin* merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor yang dapat dicapai dari setiap penjualan. *Gross Profit Margin* merupakan perbandingan laba kotor dan penjualan pada periode yang sama.”

Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu :

$$Gross Profit Margin = \frac{\text{lab a kotor}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

Menurut Sawir dalam Darmawan (2020:60) “*Gross profit margin* merupakan rasio yang mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksinya, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk memproduksi secara efisien”.

Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu :

$$Gross Profit Margin = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{penjualan bersih}} \times 100\%$$

Menurut Hanafi dan Halim dalam Surya dan Fajri (2018:285) “*Gross profit margin* rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan melahirkan laba yang akan menutupi biaya-biaya tetap atau biaya operasi lainnya”

Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu :

$$Gross Profit Margin = \frac{\text{lab a kotor}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

b. *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih)

Menurut Ansal Lacinka dalam Darmawan (2020:108) “*Net Profit Margin (NPM)* adalah rasio yang mengukur besarnya laba bersih perusahaan dibandingkan dengan penjualannya”. Net profit margin dihitung dengan rumus :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}}$$

Menurut Ryanto dalam Noordiatmoko et al.(2020:41) “*Net profit margin* rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan atau bisa juga sebagai menghitung jumlah rupiah laba bersih yang dihasilkan oleh setiap satu penjualan rupiah atau merupakan perbandingan antara laba bersih dengan penjual.” Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Menurut Hanafi dan Halim dalam Surya dan Fajri (2018:285) “*Net profit margin* rasio yang digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu”

Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

c. *Return On Asset*

Menurut Ryanto dalam Noordiatmoko et al. (2020:42) “*Return On Asset* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan after tax operating profit dari total aset yang dimiliki perusahaan. Laba yang dihitung adalah laba sebelum bunga dan pajak atau EBIT (earning before interest and tax) rasio ini merupakan perbandingan antara laba bersih dengan total aset. Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Menurut Hanafi dan Halim dalam Surya dan Fajri (2018:285) “*Return On Asset* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Return on asset dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Menurut Dewi dan Sedana (2019:6623) “*Return On Asset* yaitu ROA digunakan sebagai pengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dalam operasi perusahaan dan semakin besar persentase ROA suatu perusahaan maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai suatu perusahaan. Rumus yang digunakan untuk mengukur ROA adalah :

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

d. *Return on Investment*

Menurut Syamsuddin dalam Darmawan (2020:112) “*Return on investment* adalah merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan didalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan”. Return on Investment dihitung dengan rumus:

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Menurut Ryanto dalam Noordiatmoko et al. (2020:42) “*Return on Investment* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang akan digunakan untuk menutup investasi yang dikeluarkan. ROI berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan terhadap jumlah aktiva secara keseluruhan yang tersedia pada perusahaan Return on Investment dihitung dengan rumus:

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

e. *Return on Equity*

Menurut Ryanto dalam Noordiatmoko et al.(2020:42) “*Return on Equity* merupakan rasio profitabilitas untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham perusahaan tersebut yang dinyatakan dalam presentase.” Rasio ini mempunyai perbandingan antara laba bersih dengan ekuitas rumus yang digunakan yaitu :

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{modal sendiri}} \times 100\%$$

Menurut Syafri dalam Darmawan (2020:113) “*Return on Equity* merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (income) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan.”

Return on Equity dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

Menurut Hanafi dan Halim dalam Surya dan Fajri (2018:285) “*Return On Equity* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan modal saham tertentu”. Return on equity dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{modal}} \times 100\%$$

2.5 Leverage

2.5.1 Definisi *Leverage*

Menurut Darmawan (2020:73) “*Leverage* adalah rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jika perusahaan tersebut dilikuidasi. Rasio ini berhubungan dengan keputusan pendanaan dimana perusahaan lebih memilih pembiayaan utang dibandingkan modal sendiri.”

Semakin tinggi rasio solvabilitas maka semakin tinggi pula risiko kerugian yang dihadapi, tetapi juga ada kesempatan mendapatkan laba yang besar. Sebaliknya apabila perusahaan memiliki rasio solvabilitas yang rendah tentu mempunyai risiko kerugian yang lebih kecil. Dampak ini juga mengakibatkan rendahnya tingkat hasil pengembalian (*return*) pada saat perekonomian tinggi.

Menurut Rachman dan Nopiyanti (2015:170) “*Leverage* mencerminkan risiko keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui risiko tak tertagihnya suatu utang, semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan, maka perusahaan memiliki risiko keuangan yang tinggi. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang”

Menurut Dewi dan Sedana (2019:6623) “*Leverage* adalah merupakan kemampuan pembiayaan perusahaan dengan menggunakan hutang.”

2.5.2 Jenis – Jenis Leverage

a. *Debt to Asset Ratio (DAR)*

Debt to Asset Ratio yaitu rasio total kewajiban terhadap aset. Rasio ini menekankan pentingnya pendanaan utang dengan jalan menunjukkan persentase aktiva perusahaan yang didukung oleh utang. Rumusnya adalah total kewajiban dibagi total aktiva. Rasio ini 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. Rumus untuk menghitung *Debt to Asset Ratio* adalah sebagai berikut:

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total debt}}{\text{Total assets}} \times 100 \%$$

b. *Debt to Equity Ratio (DER)*

Debt to Equity Ratio, sering disebut sebagai *Gearing Ratio*, adalah proporsi pembiayaan utang dalam suatu organisasi relatif terhadap ekuitasnya. *Debt to Equity Ratio (DER)* yaitu total kewajiban dibagi total ekuitas. Dari perspektif kemampuan membayar kewajiban jangka panjang, semakin rendah rasio akan semakin baik kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban

jangka panjang. Rasio ini merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rumus untuk menghitung *Debt to Equity Ratio* adalah sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total debt}}{\text{Equity}} \times 100 \%$$

2.6 Ukuran Perusahaan

2.6.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Menurut Sembiring dalam Atmojo dan Yuliandhari (2020:3169) “*Ukuran Perusahaan* berfungsi untuk menjelaskan pengungkapan laporan tahunan suatu perusahaan dalam mengurangi biaya politis jika pengungkapan ini lebih besar yang dianggap sebagai bentuk tanggung jawab suatu perusahaan dalam bentuk sosial.”

Menurut Rachman dan Nopiyanti (2015:170) “Ukuran Perusahaan merupakan salah satu variabel yang umum digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan.”

Menurut Oktariyani dan Meutia (2016:109) “Ukuran Perusahaan variabel yang dipertimbangkan dalam banyak penelitian karena ukuran perusahaan diduga dapat mempengaruhi banyak keputusan atau hasil keuangan perusahaan.

2.6.2 Kategori Ukuran Perusahaan

Menurut badan Standarisasi Nasional dalam Dyka Hery, (2017:

97) “Kategori ukuran perusahaan ada 3 yaitu :

1. Perusahaan Kecil

Perusahaan dapat dikategorikan sebagai perusahaan kecil apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000.

2. Perusahaan menengah

Perusahaan dapat dikategorikan sebagai perusahaan menengah apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000, tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000.

3. Perusahaan Besar

Perusahaan dapat dikategorikan sebagai perusahaan besar apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 10.000.000.000 tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 50.000.000.000.

2.6.3 Indikator Ukuran Perusahaan

Penelitian ini menggunakan indikator *Log natural total aset*, dengan tujuan agar meminimalisir perbedaan ukuran perusahaan besar dengan perusahaan ukuran kecil. Rumus yang digunakan adalah :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln (Total Aset)}$$

2.7 CSR (*Corporate Social Responsibility*)

2.7.1 Definisi CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Corporate Social Responsibility adalah sebagai komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajibannya didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan

memperhatikan kepentingan para *stakeholders* dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitasnya yang berlandaskan ketentuan hukum yang berlaku (Wahyudi dan Azheri 2011:36) .

Menurut Purnamasari and Masyithoh (2016:80) “*Corporate Social Responsibility* adalah komitmen dan tindakan perusahaan sebagai bentuk pertanggung jawaban perusahaan pada kondisi sosial guna meningkatkan kualitas hidup para pemangku kepentingan (*stakeholder*) maupun masyarakat yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan”

Menurut Rachman dan Nopiyanti (2015:167) “*Corporate Social Responsibility* adalah sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *sinle buttom line*, yaitu nilai perusahaan yang di refleksikan dalam kondisi keuangan saja.”

2.7.2 Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial

Melalui praktek etis dunia usaha modern dewasa sedikitnya ruang lingkup CSR dapat dibedakan atas 4 (empat) yaitu :

1. Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan social yang berguna bagi kepentingan masyarakat luas.

Melalui keterlibatan perusahaan ini, diharapkan perusahaan tidak hanya melakukan kegiatan bisnis mencari keuntungan saja akan tetapi juga peduli atas perkembangan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat dengan keterlibatannya dalam kegiatan mengatasi

ketimpangan social dan ekonomi. Kegiatan ini dapat dilakukan dalam bentuk kemitraan dan pembinaan antara pengusaha besar, kecil dan koperasi.

2. Keuntungan ekonomis yang diperoleh perusahaan.

Bila dilihat dari teori ekonomi klasik satu-satunya tanggung jawab perusahaan adalah bagaimana menghimpun keuntungan sebanyak-banyaknya. Akan tetapi *optic* bisnis modern sekarang ini sangat sulit memisahkan keuntungan ekonomis dari keterlibatan sosial. Fakta empiris menunjukkan bahwa keterlibatan perusahaan dalam kegiatan *social* sangat menunjang kegiatan bisnis dan pada akhirnya menguntungkan perusahaan itu sendiri.

3. Memenuhi aturan hukum yang berlaku, baik yang berkaitan dengan kegiatan dunia usaha maupun kehidupan sosial masyarakat pada umumnya.

Hal ini tidak terlepas dari integritas masyarakat itu sendiri, karena perusahaan merupakan bagian dari masyarakat yang bertanggung jawab dan berkewajiban untuk menjaga ketertiban dan ketarturan tatanan sosial. Dengan kata lain perusahaan (*rescht person*) dan masyarakat sebagai kumpulan individu (*naturlijk person*) merupakan subjek hukum pengemban hak dan kewajiban.

4. Menghormati hak dan kepentingan stakeholder atau pihak terkait yang mempunyai kepentingan langsung maupun tidak langsung aktivitas perusahaan.

Mendapat perhatian khusus dari pemerintah. Praktisi, akademisi dan lembaga swadaya masyarakat. Karena perusahaan memiliki tanggung jawab social dan moral. Secara moral dituntut untuk bertanggung jawab atas hak dan kepentingan stakeholder sedangkan tanggung jawab social perusahaan suatu hal yang konkret baik demi kehidupan social yang baik maupun keberlanjutan dan keberhasilan aktivitas perusahaan itu sendiri (Isa dan Azheri, 2011:47).

2.7.3 Model program CSR

Ada beberapa model program CSR yang umum diterapkan di Indonesia diantaranya adalah :

1. Bisa dilaksanakan langsung oleh perusahaan dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan social atau menyerahkan sumbangan kepada masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini perusahaan dapat menugaskan *corporate secretary*, *public affairs* manager atau bisa juga menjadi bagian tugas dari divisi *human resource development* atau *public relations*.
2. Program CSR bisa juga dilaksanakan oleh yayasan atau organisasi social milik perusahaan atau organisasi social sendiri dibawah perusahaan atau grupnya yang dibentuk terpisah dari organisasi induk perusahaan namun tetap bertanggung jawab ke dewan direksi. Model ini lazim

digunakan di negara maju. Disini perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang digunakan dalam operasional yayasan.

3. Sebagian besar perusahaan di Indonesia menjalankan program CSR dengan bermitra dengan pihak lain seperti instansi pemerintahan, perguruan tinggi, LSM, atau lembaga konsultan dalam mengelola dana maupun melaksanakan kegiatan sosialnya Susiloadi (Situmeang, 2016: 11).

Menurut Kotler dan Lee (Isa dan Azheri 2011:55)“ mengidentifikasi 6 (enam) pilihan program bagi perusahaan-perusahaan yang ingin melakukan inisiatif dan aktivitas yang berkaitan dengan berbagai masalah-masalah social juga sebagai wujud komitmen dari CSR yaitu :

1. *Cause Promotion* adalah kegiatan yang dilakukan dalam bentuk memberikan kontribusi berupa dana dan penggalangan dana untuk meningkatkan kesadaran akan permasalahan-permasalahan social yang terjadi di masyarakat.
2. *Cause Related Marketing* adalah bentuk kontribusi perusahaan dengan menyisihkan beberapa persen dari pendapatan yang diperoleh perusahaan sebagai donasi bagi permasalahan social tertentu, untuk periode tertentu atau produk tertentu.
3. *Corporate Social Marketing* adalah upaya untuk membantu mengembangkan dan sekaligus juga mengimplementasikannya dalam bentuk kampanye dengan fokus mengubah perilaku tertentu tertentu yang mempunyai pengaruh negatif.
4. *Corporate philanthropy* adalah inisiatif dari perusahaan dengan memberikan kontribusi langsung pada suatu aktivitas amal, baik dalam bentuk donasi ataupun sumbangan tunai.
5. *Community Voluntering* adalah bentuk kegiatan yang dilakukan langsung oleh perusahaan dalam memberikan bantuan dan mendorong karyawan serta mitra bisnisnya untuk secara sukarela terlibat dalam membantu masyarakat setempat.
6. *Socially responsible business practices* adalah melakukan praktek bisnis tertentu serta investasi yang ditujukan untuk

meningkatkan kualitas sebuah komunitas dan melindungi lingkungan.

2.7.4 Pengungkapan CSR

Menurut Sembiring dalam Rachman dan Nopiyanti (2015:169) “Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.”

Menurut Sukanto & Widayanti dalam Atmojo dan Yuliandhari (2020:169) “Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai proses komunikasi suatu perusahaan dalam pengelolaan lingkungan, ekonomi, dan social masyarakat yang berkaitan dengan inti bisnis perusahaan”

Menurut (Indriyani and Yuliandhari 2020) “Pengungkapan CSR disajikan dalam laporan keberlanjutan dengan menggunakan standar *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI merupakan organisasi non-pemerintah yang memiliki tujuan untuk mendukung pelaporan atas kegiatan sosial, lingkungan, dan tata kelola.” Variabel CSR diukur dengan proksi *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) berdasarkan indikator *Global Reporting Initiatives* (GRI).

Pengukuran CSRDI merujuk penelitian Nurkhin (Nugroho dan Yulianto 2015) yang mengukur menggunakan metode *content analysis* yaitu setiap item CSR dalam instrumen 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. Adapun rumus perhitungan CSRD yang digunakan :

$$CSRI_i = \frac{\sum x_{yi}}{n_i}$$

Keterangan :

$CSRI_i$ = Indeks luas pengungkapan tanggung jawab social dan lingkup perusahaan i.

x_{yi} = *Dummy variable*, nilai 1 jika item y diungkapkan; nilai 0 jika item y tidak diungkapkan

n_i = Jumlah item untuk perusahaan i.

Berikut merupakan indikator GRI G4 dengan 91 item yang digunakan dalam penilaian pengungkapan CSR pada penelitian ini:

Tabel 1
Indikator GRI G4

Kategori: Ekonomi		
Aspek: Kinerja Ekonomi		
1	G4- Ec1	Nilai Ekonomi Yang Dihasilkan Dan Didistribusikan Secara Langsung, Termasuk Pendapatan, Biaya Operator, Kompensasi Kepada Karyawan, Donasi Dan Investasi Ke Masyarakat, Laba Ditahan Serta Pembayaran Ke Peyedia Modal Pemerintah
2	G4- Ec2	Implikasi Keuangan Dan Berbagai Risiko Dan Peluang Untuk Segala Aktivitas Perusahaan Dalam Menghadapi Perubahan Iklim.
3	G4- Ec3	Daftar Cukupan Kewajiban Perusahaan Dalam Perencanaan Benefit Yang Sudah Ditetapkan.

4	G4- Ec4	Bantuan Keuangan Finansial Signifikan Yang Diperoleh Dari Pemerintah
Aspek: Keberadaan Di Pasar		
5	G4- Ec5	Parameter Standart Upah Karyawan Dijenjang Awal Dibandingkan Dengan Upah Karyawan Minimum Yang Berlaku Pada Lokasi Operasi Tertentu.
6	G4- Ec6	Perbandingan Manajemen Senior Yang Dipekerjakan Dari Masyarakat Lokal Di Lokasi Operasi Yang Signifikan
Aspek: Dampak Ekonomi Tidak Langsung		
7	G4- Ec7	Pengembangan Dan Dampak Dari Investasi Infrastruktur Dan Pelayanan Yang Disediakan Terutama Bagi Kepentingan Publik Melalui Perdagangan, Jasa Dan Pelayanan.
8	G4- Ec8	Pemahaman Dan Penjelasan Atas Dampak Ekonomi Secara Tidak Langsung Termasuk Luasan Dampak.
Aspek: Praktik Pengadaan		
9	G4- Ec9	Perbandingan Pembelian Dari Pemasok Lokal Di Lokasi Operasional Yang Signifikan.
Kategori: Lingkungan		
Aspek: Bahan		
10	G4- En1	Material Yang Digunakan Dan Diklasifikasikan Berdasarkan Berat Dan Ukuran .
11	G4- En2	Persentase Material Bahan Daur Ulang Yang Digunakan
Aspek: Energi		
12	G4- En3	Pemakaian Energi Yang Berasal Dari Sumber Utama Dari Luar Organisasi
13	G4- En4	Pemakaian Energi Yang Berasal Dari Sumber Energi Yang Utama Baik Secara Langsung Maupun Tidak Langsung.
14	G4- En5	Penghematan Energi Melalui Konservasi Dan Peningkatan Efisiensi
15	G4- En6	Inisiatif Penyediaan Produk Dan Jasa Yang Menggunakan Energi Efisien Atau Sumber Gaya Terbaru Serta Pengurangan Penggunaan Energi Sebagai Dampak Dari Inisiatif Ini.
16	G4- En7	Inisiatif Dalam Hal Pengurangan Pemakaian Energi Secara Tidak Langsung Dan Pengurangan Yang Berhasil Dilakukan.
Aspek: Air		
17	G4- En8	Total Pemakaian Air Dari Sumbernya
18	G4- En9	Pemakaian Air Yang Memberi Dampak Cukup Signifikan Dari Sumber Mata Air.
19	G4- En10	Persentase Dan Total Jumlah Air Yang Didaur Ulang Dan Digunakan Kembali
Aspek: Keanekaragaman Hayati		
20	G4- En11	Lokasi Dan Luas Lahan Yang Dimiliki, Disewakan , Di Kelola Atau Yang Berdekatan Dengan Area Yang Dilindungi Dan Area Dengan Nilai Keaneka

		Ragaman Hayati Yang Tinggi Diluar Area Yang Dilindungi.
21	G4-En12	Deskripsi Dampak Signifikan Yang Ditimbulkan Oleh Aktivitas Produk Dan Jasa Pada Keanekaragaman Hayati Yang Ada Diwilayah Yang Dilindungi Serta Area Dengan Nilai Keanekaragaman Hayati Diluar Wilayah Yang Dilindungi.
22	G4-En13	Habitat Yang Dilindungi Atau Dikembalikan Kembali
23	G4-En14	Jumlah Spesies Yang Termasuk Dalam Data Konservasi Nasional Dan Habitat Di Wilayah Yang Terkena Dampak Operasi, Berdasarkan Resiko Kepunahan.
Aspek: Emisi		
24	G4-En15	Total Emisi Gas Rumah Kaca Secara Langsung Dan Tidak Langsung Yang Diukur Berdasarkan Berat.
25	G4-En16	Emisi Gas Rumah Kaca Secara Tidak Langsung Dan Relevan Yang Diukur Berdasarkan Berat.
26	G4-En17	Emisi Gas Rumah Kaca Lainnya
27	G4-En18	Intensitas Emisi Gas Rumah Kaca
28	G4-En19	No, So Dan Emisi Udara Lain Yang Signifikan Dan Diklasifikasikan Berdasarkan Jenis Dan Berat.
29	G4-En20	Emisi Bahan Perusak Ozon
30	G4-En21	Nox, Sox, Dan Emisi Udara Signifikan Lainnya
Aspek: Efluen Dan Limbah		
31	G4-En22	Total Air Yang Dibuang Berdasarkan Kualitas Dan Tujuan
32	G4-En23	Bobot Total Limbah Berdasarkan Jenis Dan Metode Pembuangan
33	G4-En24	Jumlah Dan Volume Total Tumpahan Signifikan
34	G4-En25	Bobot Limbah Yang Dianggap Berbahaya Menurut Ketentuan Konvensi Basel2 Lampiran I, Ii, Iii, Dan Viii Yang Diangkut, Diimpor, Diekspor, Atau Diolah, Dan Persentase Limbah Yang Diangkut Untuk Pengiriman Internasional
35	G4-En26	Identitas, Ukuran, Status Yang Dilindungi Dan Nilai Keaneka Ragaman Hayati Yang Terkandung Didalam Air Dan Habitat Yang Ada Disekitarnya Secara Signifikan Terkena Dampak Akibat Adanya Laporan Mengenai Kebocoran Dan Pemborosan Air Yang Dilakukan Perusahaan .
Aspek: Produk Dan Jasa		
36	G4-En27	Inisiatif Untuk Mengurangi Dampak Buruk Pada Lingkungan Yang Diakibatkan Oleh Produk Dan Jasa Dan Memperluas Dampak Dari Inisiatif Ini.
37	G4-En28	Persentase Dari Produk Yang Terjual Dan Materi Kemasan Dikembalikan Berdasarkan Katagori.
Aspek: Kepatuhan		
38	G4-En29	Nilai Moneter Dari Denda Dan Jumlah Biaya Sanksi-Sanksi Akibat Adanya Pelanggaran Terhadap Peraturan Dan Hukum Lingkungan Hidup.

Aspek: Transportasi		
39	G4-En30	Dampak Signifikan Terhadap Lingkungan Yang Diakibatkan Adanya Transportasi, Benda Lain Dan Materi Yng Digunakan Perusahaan Dalam Operasinya Mengirim Para Pegawainya.
Aspek: Lain-Lain		
40	G4-En31	Jumlah Biaya Untuk Perlindungan Lingkungan Dan Investasi Berdasarkan Jenis Kegiatan.
Aspek: Asesmen Pemasok Atas Lingkungan		
41	G4-En32	Persentase Penapisan Pemasok Baru Menggunakan Kriteria Lingkungan
42	G4-En33	Dampak Lingkungan Negatif Signifikan Aktual Dan Potensial Dalam Rantai Pasokan Dan Tindakan Yang Diambil
Aspek: Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan		
43	G4-En34	Jumlah Pengaduan Tentang Dampak Lingkungan Yang Diajukan, Ditangani, Dan Diselesaikan Melalui Mekanisme Pengaduan Resmi
Kategori: Sosial		
Aspek: Kepegawaian		
44	G4-La1	Jumlah Total Rata-Rata Turnover Tenaga Kerja Berdasarkan Kelompok Usia, Jenis Kelamin, Dan Area.
45	G4-La2	Benefit Yang Diberikan Kepada Pegawai Tetap
46	G4-La3	Laporkan Jumlah Total Karyawan Yang Berhak Mendapatkan Cuti Melahirkan
Aspek: Hubungan Industrial		
47	G4-La4	Batas Waktu Minimum Pemberitahuan Yang Terkait Mengenai Perubahan Kebijakan Operasional, Termasuk Mengenai Apakah Hal Tersebut Akan Tercantum Dalam Perjanjian Bersama
Aspek: Kesehatan Dan Keselamatan Kerja		
48	G4-La5	Persentase Total Pegawai Yang Ada Dalam Struktur Formal Manajemen, Yaitu Komite Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Yang Membantu Yang Mengawasi Dan Memberi Arahan Dalam Program Keselamatan Dan Kesehatan Kerja.
49	G4-La6	Tingkat Dan Jumlah Kecelakaan, Jumlah Hari Hilang, Dan Tingkat Absensi Yang Ada Berdasarkan Area.
50	G4-La7	Program Pendidikan, Pelatihan, Pembimbingan, Pencegahan, Dan Pengendalian Resiko Diadakan Untuk Membantu Pegawai, Keluarga Mereka Dan Lingkungan Sekitar Dalam Menanggulangi Penyakit Serius.
51	G4-La8	Hal-Hal Mengenai Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Tercantum Secara Formal Dan Tertulis Dalam Sebuah Perjanjian Serikat Pekerja
Aspek: Pelatihan Dan Pendidikan		
52	G4-La9	Jumlah Waktu Rata-Rata Untuk Pelatihan Setiap Tahunnya , Setiap Pegawai Berdasarkan Katagori Pegawai
53	G4-La10	Program Keterampilan Manajemen Dan Pendidikan Jangka Panjang Yang Mendukung Kecakapan Para Pegawai Dan Memmbantu Mereka Untuk Terus Berkarya.

54	G4-La11	Persentase Para Pegawai Yang Menerima Penilaian Pegawai Atas Peforma Dan Perkembangan Mereka Secara Berkala.
Aspek: Keberagaman Dan Kesetaraan Peluang		
55	G4-La12	Komposisi Badan Tata Kelola Dan Penjabaran Pegawai Berdasarkan Katagori, Jenis Kelamin, Usia, Kelompok Minoritas Dan Indikasi Keanekargaman Lainnya.
Aspek: Kesetaraan Remunerasi Perempuan Dan Laki-Laki		
	G4-La13	Perbandingan Upah Standart Antara Pria Dan Wanita Berdasarkan Katagori Pegawai.
Aspek: Asesmen Pemasok Atas Praktik Ketenagakerjaan		
57	G4-La14	Laporkan Persentase Penapisan Pemasok Baru Menggunakan Kriteria Praktik Ketenagakerjaan.
58	G4-La15	Laporkan Jumlah Pemasok Yang Diidentifikasi Memiliki Dampak Negatif Aktual Dan Potensial Yang Signifikan
Aspek: Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan		
59	G4-La16	Laporkan Jumlah Total Pengaduan Tentang Praktik Ketenagakerjaan Yang Diajukan Melalui Mekanisme Resmi
Kategori: Hak Asasi Manusia		
Aspek: Investasi		
60	G4-Hr1	Persentase Dan Total Jumlah Perjanjian Investasi Yang Ada Dan Mencakup Pasal Mengenai Hak Asai Manussia Atau Telah Melalui Evaluasi Mengenai Hak Asasi Manusia.
61	G4-Hr2	Total Jumlah Waktu Pelatihan Mengenai Kebijakan Dan Prosedur Yang Terkait Denagn Aspek Ham Yang Berhubungan Dengan Prosedur Kerja, Termasuk Persentase Pegawai Yang Dilatih.
Aspek: Non-Diskriminasi		
62	G4-Hr3	Total Jumlah Kasus Diskriminasi Dan Langkah Penyelesaian Masalah Yang Diambil
Aspek: Kebebasan Berserikat Dan Perjanjian Kerja Bersama		
63	G4-Hr4	Prosedur Kerja Yang Teridentifikasi Dimana Hak Untuk Melatih Kebebasan Berserikat Dan Perundingann Bersama Menjadi Berisiko Dan Langkah Yang Dimbil Untuk Mendukung Hak Kebebasan Berserikat Tersebut.
Aspek: Pekerja Anak		
64	G4-Hr5	Prosedur Kerja Yang Teridentifikasi Memiliki Resiko Akan Adanya Pekerja Anak Dan Langkah Yang Diambil Untuk Menghapuskan Pekerja Anak
Aspek: Pekerja Paksa Atau Wajib Kerja		
65	G4-Hr6	Laporkan Tindakan Yang Diambil Oleh Organisasi Dalam Periode Pelaporan Yang Dimaksudkan Untuk Berkontribusi Dalam Penghapusan Semua Bentuk Pekerja Paksa Atau Wajib Kerja
Aspek: Praktik Pengamanan		
66	G4-Hr7	Persentase Petugas Keamanan Yang Dilatih Sesuai Dengan Kebijakan Atau Prosedur Perusahaan Yang Terkait Dengan Aspek Ham Dan Prosedur Kerja.

Aspek: Hak Adat		
67	G4-Hr8	Total Jumlah Kasus Pelanggaran Yang Berkaitan Dengan Hak Masyarakat Adat Dan Langkah Yang Diambil.
Aspek: Asesmen		
68	G4-Hr9	Laporkan Jumlah Total Dan Persentase Operasi Yang Merupakan Subyek Untuk Dilakukan Reviu Atau Asesmen Dampak Hak Asasi Manusia, Berdasarkan Negara.
Aspek: Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia		
69	G4-Hr10	Laporkan Persentase Penapisan Pemasok Baru Menggunakan Kriteria Hak Asasi Manusia.
70	G4-Hr11	Laporkan Persentase Pemasok Yang Diidentifikasi Memiliki Dampak Hak Asasi Manusia Negative
Aspek: Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia		
71	G4-Hr12	Laporkan Jumlah Total Pengaduan Tentang Dampak Hak Asasi Manusia Yang Diajukan Melalui Mekanisme Resmi
Kategori: Masyarakat		
72	G4-So1	Laporkan Persentase Operasi Dengan Pelibatan Masyarakat Lokal, Asesmen Dampak, Dan Program Pengembangan Yang Diterapkan
73	G4-So2	Laporkan Operasi Dengan Dampak Negatif Aktual Dan Potensial Yang Signifikan Terhadap Masyarakat Lokal
74	G4-So3	Persentase Dan Total Jumlah Unit Usahayang Dianalisa Memiliki Resiko Terkait Tindakan Penyusapan Dan Korupsi
75	G4-So4	Persentase Jumlah Pegawai Yang Dilatih Dalam Prosedur Dan Kebijakan Perusahaan Terkait Anti-Korupsi
76	G4-So5	Langkah Yang Diambil Dalam Mengatasi Kasus Tindakan Penyusapan Dan Korupsi
77	G4-So6	Laporkan Total Nilai Moneter Dari Kontribusi Politik Secara Finansial Dan Non-Finansial Yang Dilakukan
78	G4-So7	Laporkan Jumlah Total Tindakan Hukum Yang Tertunda Atau Diselesaikan Selama Periode Pelaporan Terkait Dengan Anti Persaingan Dan Pelanggaran Undang-Undang Anti-Trust Dan Monopoli Yang Organisasi Teridentifikasi Ikut Serta
79	G4-So8	Nilai Moneter Dari Denda Dan Jumlah Biaya Sanksi-Sanksi Akibat Pelanggaran Hukum Dan Kebijakan.
80	G4-So9	Laporkan Persentase Penapisan Pemasok Baru Menggunakan Kriteria Dampak Terhadap Masyarakat
81	G4-So10	Laporkan Persentase Pemasok Yang Diidentifikasi Memiliki Dampak Negatif Signifikan Aktual Dan Potensial Terhadap Masyarakat Yang Telah Disepakati Untuk Diperbaiki Berdasarkan Hasil Asesmen Yang Dilakukan.
82	G4-So11	Laporkan Jumlah Total Pengaduan Tentang Dampak Pada Masyarakat Yang Diajukan Melalui Mekanisme Resmi
Kategori: Tanggung Jawab Atas Produk		
83	G4-Pr1	Laporkan Persentase Kategori Produk Dan Jasa Yang Signifikan Dampak Kesehatan Dan Keselamatannya

84	G4-Pr2	Jumlah Total Kasus Pelanggaran Kebijakan Dan Mekanisme Kepatuhan Yaang Terkait Dengan Kesehatan Dan Keselamatan Konsumen Dalam Keseluruhan Proses, Diukur Berdasarkan Hasil Akhirnya.
85	G4-Pr3	Jenis Informasi Produk Dan Jasa Yang Dibutuhkan Dalam Prosedur Kerja, Dan Persentase Produk Dan Jasa Yang Terkait Dalam Prosedur Tersebut.
86	G4-Pr4	Jumlah Total Kasus Pelanggaran Kebijakan Dan Mekanisme Kepatuhan Yang Terkait Dengan Informasi Produk Dan Jasa Dan Pelabelan, Diukur Berdasarkan Hasil Akhirnya.
87	G4-Pr5	Praktek-Praktek Yang Terkait Dengan Kepuasan Konsumen, Termasuk Hasil Survey Evaluasi Kepuasan Konsumen.
88	G4-Pr6	Penjualan Produk Yang Dilarang
89	G4-Pr7	Jumlah Total Khusus Pelanggaran Kebijakan Dan Mekanisme Kepatuhan Yang Terkait Dengan Komunikasi Penjualan, Termasuk Iklan, Promosi Dan Bentuk Kerjasama, Diukur Berdasarkan Hasil Akhirnya.
90	G4-Pr8	Jumlah Total Pengaduan Yang Tervalidasi Yang Berkaitan Dengan Pelanggaran Privasi Konsumen Dan Data Konsumen Yang Hilang.
91	G4-Pr9	Nilai Moneter Dari Denda Dan Jumlah Biaya Sanksi-Sanksi Akibat Pelanggaran Hukum Dan Kebijakan Yang Terkait Dengan Pengadaan Dan Penggunaan Produk Dan Jasa

Sumber: Data diolah, 2022

2.8 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2
Penelitian Sebelumnya

No	Nama Penulis	Judul dan Sumber Jurnal	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
1	Rina Trisnawati (2014)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (Csr)</i>	Ukuran Perusahaan Berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR dengan sig (0,001). Profitabilitas dengan sig (0,882), <i>Leverage</i> dengan sig (0,446), Ukuran dewan komisaris dengan sig (0,151) dan	Penggunaan variabel penelitian yang berbeda yaitu <i>Leverage</i> , Ukuran Dewan Komisaris. Objek penelitian dan tahun penelitian yang berbeda.

No	Nama Penulis	Judul dan Sumber Jurnal	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
		<p>Industri Perbankan Di Indonesia.</p> <p>Sumber Jurnal : Seminar Nasional dan call for paper prodi Akuntansi FEB UMS 25 Juni 2014. ISBN: 978-602-70429-2-6</p>	<p>kepemilikan manajerial dengan sig (0,229) sehingga dari keempat variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sehingga variabel dominan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan.</p>	
2	Mirza Nurdin Nugroho dan Agung Yulianto (2015)	<p>Pengaruh Profitabilitas Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan Terdaftar JII 2011-2013.</p> <p>Sumber jurnal : Accounting Anallysis Journal 4(1) Tahun 2015. ISSN 2252-6765</p>	<p>secara parsial profitabilitas, kepemilikan asing, ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR. Sedangkan kepemilikan institusional berpengaruh pada pengungkapan CSR. Sehingga variabel dominannya adalah kepemilikan institusional.</p>	Salah satu variabel yang berbeda yaitu GCG, Objek penelitian dan Tahun penelitian yang berbeda.
3	Della Wiranda Romadhona (2020)	<p>Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i>, Profitabilitas, Likuiditas Dan</p>	<p>Secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan</p>	Perbedaan beberapa variabel yang digunakan dan Objek yang digunakan lebih umum yakni

No	Nama Penulis	Judul dan Sumber Jurnal	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
		<p>Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan CSR</p> <p>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol 9, No. 2 february 2020 e-ISSN : 2460-0585</p>	<p><i>Corporate Social Responsibility</i>. Sedangkan <i>leverage</i>, Profitabilitas, Likuiditas dan kepemilikan institusional menunjukkan bahwa tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>. Sehingga bisa dikatakan variabel paling dominan adalah ukuran perusahaan.</p>	<p>perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.</p>
4	Fudia Forma Y dan Lailatul Amanah (2018)	<p>Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Pemoderasi</p> <p>Jurnal dan Ilmu riset Akuntansi : Vol 7, No. 11 November 2018 e-ISSN : 2460-0585</p>	<p>variabel independen (ROA) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependennya yaitu (PBV). variabel CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan pengungkapan CSR tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>	<p>Judul penelitian, variabel penelitian, serta objek penelitian yang umum yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2013 – 2014. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis Moderated Regression Analysis.</p>

No	Nama Penulis	Judul dan Sumber Jurnal	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
5	Ai Desy Indriyani dan Willy Sri Yulandhari (2020)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Indeks Lq 45 Non-Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018) Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi Vol 6 No 1 Maret 2020.	Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Secara parsial, profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sehingga variabel dominan dalam penelitian ini adalah profitabilitas.	Salah satu variabel yang berbeda yaitu umur perusahaan, objek penelitian, tahun penelitian serta metode penelitian yang menggunakan analisis regresi data panel menggunakan Eviews versi 9.
6	Naila Karima (2014)	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.	Kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan <i>go public</i> yang terdaftar di BEI tahun 2009-2011, sehingga H1 diterima. Dan Kepemilikan	Beberapa perbedaan dalam variabel yang digunakan seperti kepemilikan institusional dan kepemilikan asing, Objek penelitian yang umum yakni perusahaan public yang bergerak dibidang non keuangan dan listing di BEI Tahun 2009-2011, tahun

No	Nama Penulis	Judul dan Sumber Jurnal	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
		Widya Warta No 02 tahun xxxv III/ juli 2014 ISSN : 0654-1981	Institusional dan kepemilikan asing tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan <i>go public</i> yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012, Sehingga H2 dan H3 ditolak.	penelitian yang berbeda.
7	Kadek Ria Citra Dewi dan I Gede Sanica (2017)	Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis Volume 2 no 1 tahun 2017 ISSN : 2528-1216	Kepemilikan institusional atau kepemilikan saham oleh pihak luar perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2015. Kepemilikan manajerial atau kepemilikan saham oleh pihak manajemen tidak mempengaruhi nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-	Variabel penelitian yang berbeda, objek penelitian yang umum yaitu perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.

No	Nama Penulis	Judul dan Sumber Jurnal	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
			<p>2015.</p> <p>Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2015.</p>	
8	Lidya Purnamasari Dan Siti Masyitoh (2016)	<p>Pengaruh Size, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Discloure</p> <p>Jurnal Ilmu Akuntansi Mulawarman Vol 1 No 1 2016</p>	<p>Data yang digunakan dalam Penelitian ini adalah data sekunder dan hipotesis diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian menunjukkan bahwa ukuran dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2011 –</p>	<p>Penelitian terdahulu dilakukan untuk menganalisis faktor – faktor yang berpengaruh terhadap CSR discloure yang dilakukan perusahaan.</p>

No	Nama Penulis	Judul dan Sumber Jurnal	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu
			2015	
9	Febri Wibowo Atmojo Dan Willy Sri Yuliandhari (2020)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2015-2018	Profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan Secara parsial profitabilitas dan leverage berpengaruh positif sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR	Penelitian mengenai pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> telah dilakukan oleh penelitian-penelitian terdahulu. Namun, terdapat inkonsistensi pada hasil penelitian-penelitian terdahulu.

Sumber : Data dolah, 2022

2.9 Kerangka Berfikir dan Hipotesis Penelitian

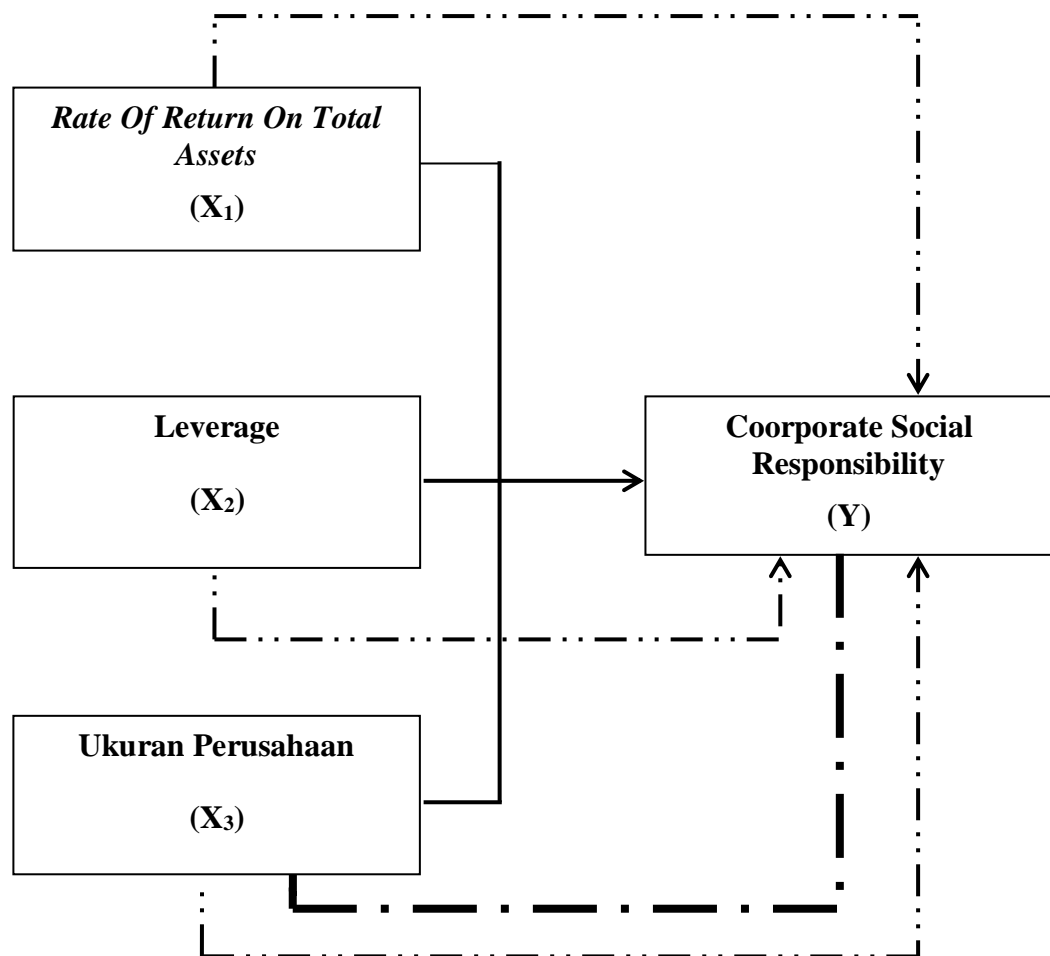
2.9.1 Kerangka Berpikir

Menurut sekaran dalam Sugiyono (2016:60) “kerangka berfikir adalah suatu model konseptual bagaimana teoei berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.”

Menurut Haryoko dalam Sugiyono (2016:60) “suatu kerangka berfikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam suatu penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih.”

Sedangkan menurut Mantra dalam Sujarweni (2019:67) “kerangka pemikiran yang dapat berbentuk suatu uraian kualitatif, model matematis, diagram atau persamaan yang langsung berkaitan dengan bidang ilmu yang diteliti.”


Adapun kerangka berfikir yang dibangun oleh peneliti sesuai dengan teori diatas adalah sebagai berikut :




Gambar 1 : Kerangka Berfikir
Sumber : Data diolah, 2021

Keterangan:

Pengaruh secara parsial : 

Pengaruh secara simultan : 

Pengaruh secara dominan : 

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa pengaruh secara parsial ditunjukkan dengan garis lurus, pengaruh secara simultan ditunjukkan dengan garis putus-putus dan pengaruh secara dominan ditunjukkan dengan garis tebal. Variabel yang mempengaruhi pengungkapan CSR ialah *profitabilitas*, *leverage*, dan *ukuran perusahaan*.

2.9.2 Hipotesis Penelitian

Menurut (Sugiyono 2016:63) “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.”

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H₁ : Diduga ada pengaruh *Profitabilitas*, *Leverage*, Dan *Ukuran Perusahaan* secara parsial terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.

H₂ : Diduga ada pengaruh *Profitabilitas*, *Leverage*, Dan *Ukuran Perusahaan* secara simultan terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan

H₃ : Diduga *Ukuran Perusahaan* memiliki pengaruh secara dominan terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Rina trisnawati (2014) dan Della W.R (2020) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR