

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 TINJAUAN TEORI**

##### **2.1.1 Teori Legitimasi**

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepannya. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengontruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upayamemposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompokorang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik (Hadi 2011)

Teori legitimasi menjelaskan perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasanbatasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Teori legitimasi juga menjelaskan kontrak sosial dengan masyarakat, kelangsungan hidup perusahaan akan terancam jika masyarakat merasa organisasi telah melanggar kontrak sosialnya.

Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup juga tergantung dari hubungan antar perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Mikedha 2015)

##### **2.1.2 Teori Sinyal**

Teori sinyal dikembangkan oleh (Aziz 2014) menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya dan

akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat. Hal positif dalam teori sinyal dimana perusahaan yang memberikan informasi yang bagus akan membedakan mereka dengan perusahaan yang tidak memiliki “berita bagus” dengan menginformasikan pada pasar tentang keadaan mereka, sinyal tentang bagusnya kinerja masa depan yang diberikan oleh perusahaan yang kinerja keuangan masa lalunya tidak bagus tidak akan dipercaya oleh pasar.

Teori Sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Informasi yang wajib perusahaan ungkapkan adalah informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering disebut dengan CSR. Informasi mengenai CSR dimuat didalam laporan tahunan perusahaan atau laporan tanggung sosial perusahaan yang dilaporkan secara terpisah. Setiap perusahaan yang melakukan aktivitas tanggung jawab sosial diharapkan dapat meningkatkan citra perusahaan dan juga nilai perusahaan (Rustiarini 2010).

Pertimbangan menggunakan teori ini adalah karena teori ini mampu memberikan dorongan bagi perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan yang nantinya akan mempengaruhi nilai perusahaan dan juga berpengaruh pada perubahan harga saham perusahaan.

### **2.1.3 Teori Stakeholder**

Konsep CSR telah mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum dikenal dengan Teori *stakeholder* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Teori *Stakeholder* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit merupakan bagian dari kegiatan usaha.

Teori stakeholder menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis terletak pada kemampuan perusahaan untuk mempertahankan hubungan yang saling percaya dan saling menghormati dengan berbagai *stakeholder*, yang meliputi pelanggan, pemasok, karyawan, masyarakat, dan pemerintah (Chen 2019). Berdasarkan Teori ini, peranan stakeholder sangat besar dalam keberlangsungan perusahaan karena mereka memiliki semua sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan. Hal ini menjadikan keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder. Menurut (I Ghozali 2013). teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholder-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Teori *stakeholder* merupakan praktik dan juga berbagai kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan para pemangku kepentingan, pelaksanaan ketentuan hukum, nilai-nilai, apresiasi masyarakat dan lingkungan, serta kesiapan perusahaan didalam menjalankan bisnis dan dapat memberikan berkontribusi dalam pembangunan yang berkesinambungan teori *stakeholder* berawal dari munculnya persepsi bahwa nilai (value) yang secara spesifik merupakan hal yang sangat berkaitan dengan kegiatan usaha.

Perusahaan didalam melakukan aktivitas sangat bergantung pada lingkungan dan sosial, maka sangat diperlukan kepercayaan *stakeholder* serta memberikannya posisi khusus didalam pengambilan kebijakan dan juga keputusan yang akan diambil, sehingga dapat memberikan keberlangsungan hidup perusahaan yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai.

#### **2.1.4 Teori keagenan (Agency Theory)**

Teori Keagenan atau *Agency Theory* adalah teori yang menjelaskan tentang hubungan kerja antara pemilik perusahaan dan manajemen. Manajemen bertindak sebagai agen yang ditunjuk oleh pemegang saham yang bertindak sebagai Prinsipal. Diberi tugas dan kewenangan untuk mengelola perusahaan. Atas nama pemegang

saham. Sebagai mana yang di katakana oleh (Ervianti 2017) *Theory Agency* menyatakan dimana pihak pertama bertindak sebagai agent dan pihak yang lain bertindak sebagai *principal*, setiap perusahaan penting untuk menyerahkan pengelolaan kepada tenaga profesional untuk dapat menjalankan kegiatan bisnis dalam perusahaan. Tujuan dari pemisahan kepemilikan ini aar perusahaan dan pemiliknya memiliki keuntungan yang maksimal dengan keuntungan yang minimal.

Tenaga professional tersebut bekerja untuk kepentingan perusahaan serta memiliki keleluasaan dalam menjalankan manajemen perusahaan (Ferial, Suhadak, and Handayani 2016). Didalam hubungan keagenan, dimana manajer sebagai pihak yang mempunyai akses langsung terhadap informasi apa saja yang disajikan atau diungkapkan perusahaan, mempunyai asimetri informasi terhadap pihak eksternal perusahaan, misalnya kreditor atau investor. Untuk dapat memperkecil asimetri informasi tersebut, maka pengelolaan perusahaan harus diawasi dan dikendalikan untk dapat memastikan bahwa pengelolaan dilakukan sesuai dengan prosedur yang telah disetujui tanpa ada pihak yang dirugikan.

Menurut teori ini hubungan antara pemilik dan menejer pada hakekatnya sukar tercipta karena adanya kepentingan yang saling bertentangan. Pertentangan dan tarik menarik kepentingan antar principal dan agen dapat menimbulkan permasalahan yang dalam pada teori agensi dikenal sebagai *Asymmetric Information* (AI) yaotu informasi yang tidak seimbang yang disebabkan karena adanya distribusi informasi yang tidak sama antara principal dan agen. Akibat adanya informasi yang tidak seimbang ini, dapat menimbulkan 2 permasalahan yang disebabkan dengan adanya kesulitan principal dalam memonitoring dan melakukan kontrol terhadap tindakan-tindakan agen. Jensen dan meckling menyatakan bahwa permasalahan tersebut adalah : Moral Hazard, yaitu permasalahan yang muncul jika agen tidak melaksanakan hal-hal yang telah disepakati bersama dalam kontrak kerja dan Adverse Selection yaitu suatu keadaan dimana principal tidak dapat mengetahui apakah suatu keputusan yang diambil oleh agen benar-benar didasarkan

atas informasi yang telah diperolehnya, atau terjadi sebagai sebuah kelalaian dalam tugas (Kholmi 2011).

#### **2.1.5 Corporate Social Responsibility**

Suatu konsep yang banyak diperbincang oleh para ahli, CSR belum memiliki kesamaan dalam memberikan definisi, meskipun memiliki esensi yang sama. Pengertian (CSR) diatur dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan 2007). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Definisi ini pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan (Hadi 2011).

CSR juga dapat digunakan perusahaan agar lebih unggul dari pesaing dalam hal mendapatkan keuntungan. Begitu sebuah perusahaan dalam suatu industri telah berhasil menerapkan kebijakan CSR, perusahaan pesaing mungkin terpaksa untuk terlibat juga dalam aktivitas CSR. Apabila perusahaan pesaing tidak menerapkan CSR, maka perusahaan pesaing tersebut terancam kehilangan loyalitas konsumen. Di sisi lain, beberapa perusahaan yang terlibat dalam CSR hanya karena mereka percaya bahwa hal tersebut benar untuk dilakukan. Terlepas dari dasar tersebut, CSR telah menjadi istilah yang lazim digunakan di arena bisnis. (Lanis 2012) menyatakan bahwa CSR dianggap sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan.

### **2.1.6 Pengungkapan CSR**

Pengungkapan CSR telah menarik banyak penelitian akuntansi selama dua dekade. (Mahendra and Wirama 2017) mendefinisikan pengungkapan CSR sebagai proses penyediaan informasi yang dirancang untuk menunjukkan akuntabilitas sosial. Pengungkapan CSR adalah sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam memberikan informasi kepada stakeholder dan untuk tujuan akuntabilitas perusahaan.

Berdasarkan definisi pengungkapan tanggung jawab CSR ini, beberapa teori telah dikemukakan dalam literatur untuk menjelaskan, mengapa sebuah perusahaan akan secara sukarela mengungkapkan informasi terkait CSR dalam laporan tahunannya, pertanyaan itu dijawab secara empiris oleh (Sudarno 2014) dimana pengungkapan CSR digunakan untuk keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang, oleh karena itu CSR yang dilakukan perusahaan berorientasi pada legitimasi, ekonomi, sosial, politik dan *stakeholder*.

### **2.1.7 Ukuran Perusahaan (Firm Size)**

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik perusahaan yang sangat penting. Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar usaha yang dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat. (Mayasari, Yusuf, and Yulianto 2018) menjelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin disorot oleh stakeholder. Dengan demikian, perusahaan harus bekerja lebih keras untuk memperoleh legitimasi dari stakeholder sebagai langkah penyesuaian aktivitas perusahaan dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat.

Hubungan antara ukuran perusahaan dengan CSR dapat dilihat dari pernyataan (Purwanto 2011) yang mengatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan akan mengungkapkan CSR dengan baik. Semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka perusahaan akan mendapat image positif dari masyarakat dan lingkungan dan dianggap sebagai perusahaan yang baik.

Ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan berbagai nilai seperti total aktiva, penjualan, modal, laba dan yang lainnya, nilai tersebut dapat menentukan besar kecilnya perusahaan. Indikator ukuran perusahaan dapat dilakukan menggunakan dua cara, yaitu:

1. Ukuran perusahaan = Ln Total Aset

Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk. Hal ini semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

### **2.1.8 Good Corporate Governance (GCG)**

(Sriwedari 2012) mendefinisikan Good Corporate Governance (GCG) sebagai pedoman mengenai langkah – langkah yang perlu dilakukan perusahaan untuk menciptakan situasi yang seimbang, transparansi dan akuntabilitas, serta merealisasikan tanggung jawab sosial untuk kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan, GCG adalah suatu sistem regulasi untuk meningkatkan nilai tambah pada pemangku kepentingan perusahaan. Adapun definisi yang menjadi acuan GCG. Menurut (Sriwedari 2012)

“Seperangkat peraturan yang menetapkan hubungan antara pemegang saham, pengurus, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang saham kepentingan intern dan ektern lainnya yang sehubungan dengan hak - hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan”

Dari pengertian tersebut, maka dapat diketahui bahwa tujuan corporate governance adalah untuk mengendalikan dan mengarahkan perusahaan agar dapat mendistribusikan hak dan kewajiban pihak-pihak yang terlibat dalam suatu

perusahaan dengan baik atau dengan kata lain GCG bertujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi seluruh pemegang kepentingan (*stakeholders*).

Definisi yang tidak jauh berbeda juga dinyatakan oleh OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*), menyatakan bahwa GCG merupakan suatu sistem yang bertujuan untuk mengendalikan dan mengarahkan perusahaan agar dapat mendistribusikan hak dan kewajiban pihak-pihak yang terlibat dalam suatu perusahaan dengan baik sehingga dapat menciptakan nilai tambah bagi seluruh pemegang kepentingan (*stakeholders*).

Inti dari GCG adalah peningkatan kinerja perusahaan melalui pemantauan kinerja manajemen dan adanya akuntabilitas manajemen terhadap pemangku kepentingan lainnya, berdasarkan kerangka aturan dan peraturan yang berlaku. Pengimplementasian GCG memerlukan komitmen dari seluruh elemen organisasi dan kepatuhan

Terhadap aturan-aturan yang mengikat di dalamnya. Terdapat lima prinsip yang terkandung dalam GCG yang disebutkan dalam Pedoman Umum GCG Indonesia, yaitu:

1. Kerterbukaan (*transparancy*)

Untuk menjaga objektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

2. Akuntabilitas (*accountability*)

Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan

pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

### 3. Pertanggungjawaban (responsibility)

Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

### 4. Kewajaran (fairness)

Untuk melancarkan pelaksanaan asas GCG, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.

### 5. Independensi (independency)

Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan.

Efektifitas pelaksanaan GCG sangat tergantung dalam peran yang dilakukan oleh elemen-elemen dalam struktur GCG. Elemen – elemen GCG pada penelitian ini adalah komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial. Penerapan prinsip GCG diharapkan melalui elemen struktur corporate governance dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

#### A. Komisaris Independen

Dewan komisaris sebagai organ perusahaan yang bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG. Tetapi, dewan komisaris tidak turut serta dalam pengambilan keputusan operasional

perusahaan (Hamdani,2016). Adapun tugas-tugas utama dari dewan komisaris adalah sebagai berikut (Sriwedari 2012):

- 1) Menilai dan mengarahkan strategi perusahaan, garis-garis besar rencana kerja, kebijakan pengendalian risiko, anggaran tahunan dan rencana usaha; menetapkan sasaran kerja; mengawasi pelaksanaan dan kinerja perusahaan; serta memonitor penggunaan modal perusahaan, investasi dan penjualan aset.
- 2) Menilai sistem penetapan penggajian pejabat pada posisi kunci dan penggajian anggota dewan direksi, serta menjamin pencalonan anggota dewan direksi yang transparan dan adil.
- 3) Memonitor dan mengatasi masalah benturan kepentingan pada tingkat manajemen, anggota dewan direksi dan anggota dewan komisaris, termasuk penyalahgunaan aset perusahaan dan manipulasi transaksi perusahaan.
- 4) Memantau proses keterbukaan dan efektifitas komunikasi dalam perusahaan.

Dewan komisaris terdiri dari komisaris independen dan komisaris nonindependen. Menurut (Sriwedari 2012) komisaris independen adalah komisaris yang tidak berafiliasi atau tidak mempunyai hubungan bisnis dan kekeluargaan dengan pemegang saham pengendali, anggota direksi dan komisaris yang lain serta perusahaan itu sendiri yang dapat memengaruhi kemampuan untuk bertindak independen atau bertindak semata - mata demi kepentingan perusahaan. Sedangkan komisaris non independen adalah komisaris yang terafiliasi.

Keberadaan komisaris independen telah diatur Bursa Efek Jakarta yang sekarang menjadi Bursa Efek Indonesia yang dikutip oleh (Sriwedari 2012). Komisaris independen harus bebas dari kepentingan dan urusan bisnis apapun ataupun hubungan lainnya yang dapat dianggap sebagai campur tangan secara material dengan kemampuannya sebagai seorang komisaris untuk bertindak demi kepentingan yang menguntungkan perusahaan. Adanya komisaris independen

diharapkan mampu bersikap netral terhadap segala kebijakan operasional yang dibuat direksi. Karena komisaris independen tidak terpengaruh manajemen. Dengan demikian, adanya komisaris independen mendorong perusahaan untuk melaksanakan kegiatannya dengan memperhatikan stakeholdersnya

## B. Komite Audit

Menurut (Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit 2015) komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada dewan komisaris dalam membantu dan melaksanakan tugas dan fungsi dewan komisaris. Komite audit paling sedikit dari 3 orang anggota yang berasal dari komisaris independen dan pihak luar emiten atau perusahaan publik.

komite audit memiliki tanggung jawab pada tiga bidang yaitu:

### 1) Laporan Keuangan (*Financial Reporting*)

Tanggung jawab komite audit di bidang laporan keuangan adalah untuk memastikan bahwa laporan keuangan yang dibuat oleh manajemen telah memberikan gambaran yang sebenarnya mengenai kondisi keuangan, serta rencana dan komitmen jangka panjang.

### 2) Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*)

Tanggung jawab komite audit dalam bidang *corporate governance* adalah untuk memastikan, bahwa perusahaan telah dijalankan sesuai undang – undang dan peraturan yang berlaku, melaksanakan usahanya dengan beretika, melaksanakan pengawasannya secara efektif terhadap benturan kepentingan dan kecurangan yang dilakukan oleh karyawan perusahaan.

### 3) Pengawasan Perusahaan (*Corporate Control*)

Tanggung jawab komite audit untuk pengawasan perusahaan termasuk didalamnya pemahaman tentang masalah serta hal-hal yang berpotensi mengandung risiko dan sistem pengendalian intern serta memonitor proses pengawasan yang dilakukan oleh auditor internal. Sedangkan untuk jumlah komite audit harus disesuaikan dengan kompleksitas suatu perusahaan dengan tetap memperhatikan efektifitas dalam pengambilan keputusan. Komite audit di ketuai oleh komisaris independen dan anggotanya dapat terdiri dari komisaris dan atau pelaku profesi dari luar perusahaan dan salah seorang anggota harus memiliki latar belakang serta kemampuan di bidang akuntansi dan atau keuangan.

### C. Kepemilikan Institusional

Menurut (Nurchayono and Kristiana 2017) Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham yang dimiliki intitusi baik pemerintah, institusi keuangan, intitusi berbadan hukum, institusi luar negeri, dana perwalian dan institusi lain pada akhir tahun yang dapat diliat proporsi saham yang dimiliki institusi dalam perusahaan. Kepemilikan institusional umumnya merupakan pemegang saham yang cukup besar karena memiliki pendanaan yang besar. (Idzni 2017), menyatakan kepemilikan saham institusional memilki peranan penting dalam meminimalisasi konflik keagenan yang terjadi. Dimana dengan tingkat kepemilikan institusional yang tinggi menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar untuk menghalangi perilaku *opportunistic* manajer. Kepemilikan institusional sebagai pemilik sangat penting untuk membangun reputasi perusahaan. Investor institusional memiliki *power and experience* serta bertanggung jawab untuk menerapkan prinsip GCG untuk melindungi hak dan kepentingan seluruh pemegang saham sehingga mereka menuntut perusahaan untuk melakukan komunikasi secara transparan (Aditya 2013).

(Pamungkas 2018) menyatakan tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta GCG memaksa perusahaan untuk memberikan informasi perusahaan dalam hal ini adalah CSR. Dengan demikian memberikan pemahaman bahwa dengan tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan meningkatkan pengawasan dan tuntutan terhadap manajemen. Kegiatan CSR menjadi salah satu aktivitas perusahaan yang di monitori oleh pemilik saham institusi.

#### D. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan. Kepemilikan manajerial ditunjukkan dalam persentase kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan seperti manajer, dewan komisaris dan direksi. Pihak manajerial yang memiliki saham perusahaan tentunya akan menselaraskan kepentingan sebagai manajer dengan kepentingannya sebagai pemegang saham. (Idzni 2017) adanya kepemilikan manajerial maka dipandang dapat menyelaraskan perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham lainnya sehingga permasalahan dalam biaya agensi akan hilang apabila seorang manajer juga sekaligus sebagai pemegang saham. Dengan kata lain, manajer ikut memiliki perusahaan dan tidak akan mengambil keputusan yang oportunistik. Manajer akan berusaha untuk mengurangi biaya keagenan dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial yang tinggi maka semakin besar pengawasan setiap aktivitas yang dilakukan perusahaan sehingga akan semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan. manajemen semakin giat dalam memenuhi kepentingan pemegang saham yang juga adalah dirinya sendiri.

## 2.2 TINJAUAN PENELITIAN TERDAHULU

Berikut ini peneliti ingin mengemukakan bebagai penelitian terdahulu yang menjadi dasar penelitian ini dilaksanakan yang memiliki kaitan erat dengan Pengaruh Ukuran Perusahaan dan GCG Terhadap Pengungkapan CSR:

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan judul penelitian	Variabel	Hasil Peneitian	Persamaan	Perbedaan
1	(Pujiningsih 2011) “GCG terhadap pengungkapan sosial dan kinerja operasi perusahaan dalam sri-kehati index”	Profitabilitas dan Pengungkapan CSR	1. GCG tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, 2. GCG tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasi perusahaan (ROA) 3. Jalur CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA	Meneliti Tentang Pengungkapan CSR	Meneliti Tentang Profitabilitas
2	(Alang and Pramono 2017) Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan	Probabilitas dan GCG	GCG berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan corporate social responsibility	Meneliti Tentang GCG Terhadap Pengungkapan CSR	Meneliti Tentang Probabilitas Perusahaan

	Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tergabung dalam Indeks Sri Kehati yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2014)		kecuali Komite audit . 2. Ukuran perusahaan, tipe industri (profile), leverage tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan corporate social responsibility.		
3	(Pamungkas 2018) “Pengaruh <i>Financial Performance</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (studi pada perusahaan pembentuk indeks SRI KEHATI tahun 2013 – 2017)”	Ukuran Perusahaan dan GCG	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap CSR Artinya, semakin tinggi <i>leverage</i> , semakin turun tingkat CSR. Komisaris independen ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Kepemilikan	Meneliti tentang GCG dan Pengungkapan CSR	Meneliti tentang Peforma Finansial

			institusional berpengaruh		
4	(Suriana 2017)“Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai variabel <i>intervening</i> pada perusahaan yang terdaftar di SRI KEHATI tahun 2011-2015”	Ukuran Perusahaan dan GCG	1. hasil analisis menunjukkan bahwa GCG berpengaruh positif signifikan terhadap CSR 2. GCG signifikan terhadap Nilai Perusahaan. berpengaruh positif <i>social responsibility</i> signifikan terhadap nilai perusahaan. berpengaruh positif	Meneliti Tentang Ukuran Perusahaan dan GCG	Penelitian menggunakan variabel <i>intervening</i> Untuk menyimpulkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> mampu memediasi pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap nilai perusahaan
5	(Sutrisno 2019)“Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan”	Pengungkapan CSR dan Profitabilitas	1. Pengungkapan CSR berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang tergabung dalam indeks Sri Kehati	Penelitian ini Meneliti tentang Pengungkapan CSR	Penelitian ini Meneliti Tentang Profitabilitas

	(Studi Empiris pada Perusahaan yang Tergabung dalam Indeks Sri Kehati yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2014)		2. Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan		
6	(Mukhtaruddin, Relasari, and Felmania 2014) “ <i>Good Corporate Governance Mechanism, Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value: Empirical Study on Listed Company in Indonesia Stock Exchange</i> ”	Ukuran Perusahaan dan GCG	1. hasil analisis menunjukkan bahwa GCG berpengaruh positif signifikan terhadap CSR 2. GCG Tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. berpengaruh positif	Meneliti Tentang Ukuran Perusahaan dan GCG	Tidak Mengambil data di Sri Kehati

Sumber : Data diolah (2020)

Tabel 2 Research Gap

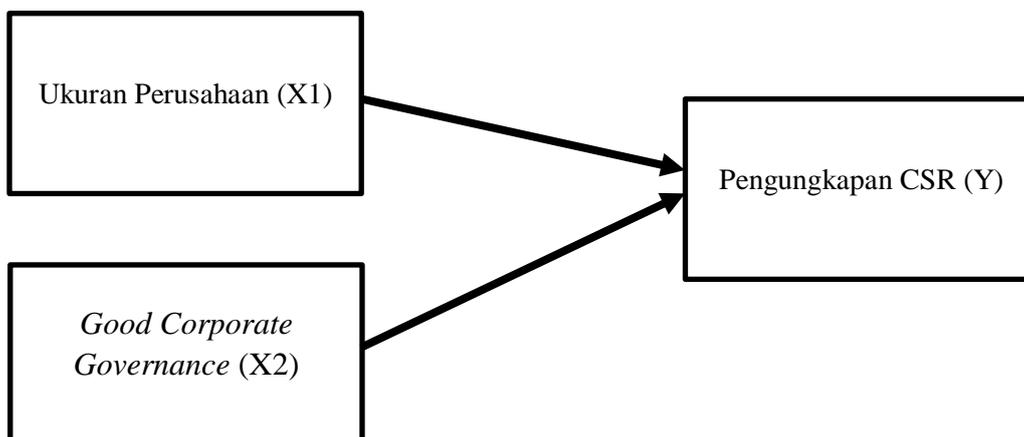
Research Gap	Hasil	Peneliti	Metode
Terdapat Perbedaan Hasil	Signifikan Positif	(Suriana 2017) (Sutrisno 2019)	Analisis Deskriptif, Uji Normalitas Data

penelitian Pengaruh Ukuran perusahaan dan GCG terhadap pengungkapan CSR		(Alang and Pramono 2017) (Mukhtaruddin, Relasari, and Felmania 2014)	,Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi ,Uji Heteroskedastisitas
	Signifikan Negatif	(Alang and Pramono 2017) (Pamungkas 2018) (Pujiningsih 2011)	purposive sampling,Uji Multikolinearitas Uji Autokorelasi Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah (2020)

Bedasarkan tabel 2 bahwa hasil penelitian mengenai penelitian Pengaruh Ukuran perusahaan dan GCG terhadap pengungkapan CSR masih memberikan hasil yang berbeda. oleh karena itu diperlukan adanya peneitian lebih lanjut dengan harapan dapat untuk menerangkan hubungan kasual antara Ukuran perusahaan dan GCG terhadap pengungkapan CSR

### 2.3. MODEL KONSEPTUAL PENELITIAN



### *Gambar 1 Model Konseptual Penelitian*

Keterangan gambar :

Berdasarkan gambar 2.1 model jalur diajukan hubungan berdasarkan teori bahwa GCG mempunyai hubungan langsung dengan CSR dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap CSR .

## **2.4. PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **2.4.1 Pengaruh Hubungan Ukuran Perusahaan (Size) dengan Pengungkapan CSR**

Ukuran perusahaan (*firm's size*) merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunan. (Suriana 2017), (Pujiningsih 2011), (Sutrisno 2019) menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H1 = Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR**

### **2.4.2 Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) mempengaruhi pengungkapan CSR**

GCG diperlukan perusahaan untuk meningkatkan independensi dewan komisaris terhadap kepentingan pemegang saham (mayoritas) dan menempatkan kepentingan perusahaan diatas kepentingan lainnya (Idzni 2017). Dengan demikian, semakin besar proporsi komisaris independen yang dimiliki (Alang and Pramono 2017), (Pujiningsih 2011) dan (Mukhtaruddin, Relasari, and Felmania

2014) menyimpulkan GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan CSR. Mengacu pada uraian diatas, hipotesis yang akan diuji adalah:

**H2 : GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan CSR**