

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar Penelitian

2.1.1. Teori *Stakeholder*

Teori *Stakeholder* merupakan teori yang mengharuskan perusahaan tidak hanya berfokus untuk kepentingannya sendiri, melainkan harus memberikan manfaat untuk para *stakeholdernya* (Ramadhani, Dhita N., Afifudin, & Junaidi, 2020:143). Hal ini dikarenakan dalam menjalankan usahanya, entitas memerlukan dukungan dari para *stakeholdernya*. Sehingga dapat dikatakan semakin besar power *stakeholder* maka akan semakin besar usaha perusahaan dalam beradaptasi. *Stakeholder* merupakan pihak yang dapat menentukan kelangsungan hidup perusahaan, karena itu perusahaan sangat membutuhkan peran dari *stakeholder*.

Kelompok *stakeholder* dijadikan sebagai bahan pertimbangan manajemen perusahaan dalam pengungkapan informasi pada laporan keuangan tahunan perusahaan tersebut. Teori ini membantu perusahaan dalam memajemen kegiatan perusahaannya dan untuk meminimalisir kerugian yang kemungkinan akan muncul bagi para *stakeholder*. Teori ini akan menunjukkan kepada siapa saja perusahaan harus bertanggungjawab, perusahaan harus dapat menjaga hubungan yang baik dengan para *stakeholdernya* dikarenakan para *stakeholder* ini membantu operasional

perusahaan dapat berjalan dengan baik khususnya *stakeholder* yang memiliki *power* dalam hal tersebut, karena perusahaan yang memiliki *power* lebih akan sangat membantu perusahaan dalam mengembangkan usahanya.

Teori *stakeholder* mewajibkan entitas memperhatikan para *stakeholdernya* dengan cara melaksanakan CSR, perusahaan yang menerapkan program CSR berarti perusahaan tersebut sudah memperhatikan dampak dari kegiatan perusahaannya terhadap lingkungan sekitar dan memberikan dampak yang baik juga terhadap masyarakat dan para *stakeholdernya*. Sehingga jika para *stakeholder* sudah melihat perusahaan mampu menjalankan tanggung jawab sosialnya dengan baik maka tidak ragu mereka akan menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Apabila suatu perusahaan tidak mampu menjalankan tanggung jawab sosialnya dengan baik maka para *stakeholder* akan menekan perusahaan tersebut untuk dapat lebih efektif dalam mementingkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungannya.

2.1.2. Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan pengakuan yang diterima oleh perusahaan dari masyarakat terhadap bagaimana perusahaan menjalankan operasionalnya sesuai dengan norma dan hukum yang berlaku dilingkungan masyarakat tersebut. Teori legitimasi menunjukkan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat sekitar, dimana perusahaan diharapkan dapat memperhatikan aturan-aturan atau keinginan

dari masyarakat sekitar. Teori legitimasi lahir dari aturan sosial, norma dan hukum yang berlaku dalam lingkungan tersebut. Apabila perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar maka perusahaan akan unggul dan mendapatkan eksistensi dari publik, sehingga perusahaan akan mampu bertahan dalam jangka waktu yang panjang.

Menurut Ghazali dan Chariri (2007) dalam Oktavila dan Erinosa (2019:1187) menyatakan teori ini didasari oleh “kontrak sosial” antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber daya di lingkungan masyarakat tersebut. Kontrak sosial ini dimaksudkan perusahaan mampu menjaga lingkungan masyarakat atas dampak yang akan ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya sehingga perusahaan mendapatkan legitimasi dari masyarakat untuk menentukan keberlangsungan hidup perusahaan.

Salah satu cara untuk menerapkan teori legitimasi ini adalah dengan menerapkan program CSR. Baiknya suatu perusahaan menerapkan program CSR dapat meningkatkan legitimasi perusahaan tersebut. Pengungkapan tanggung jawab sosial ini menjadi cerminan atas baiknya kinerja perusahaan terhadap masyarakat maupun investor. Sehingga akan menarik minat para investor dalam negeri maupun asing untuk menanamkan modalnya. Dapat disimpulkan bahwa legitimasi yang diberikan masyarakat kepada perusahaan memberikan dampak baik dan eksistensi untuk perusahaan tersebut. Masyarakat akan tertarik menggunakan produk yang ditawarkan jika perusahaan tersebut

memperoleh eksistensi, semakin banyak produk yang terjual maka perusahaan akan memperoleh laba yang tinggi dan jauh dari kebangkrutan, hal ini dapat dijadikan “*Good News*” bagi perusahaan, dikarenakan akan banyak investor yang melirik perusahaan tersebut.

2.1.3. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan untuk menjamin kesejahteraan masyarakat yang terkena dampak atas jalannya aktivitas perusahaan. Tanudjaja (2006) dalam Khoiriyah, Yaumil dan Refysha Syafilia W. (2021:107) mendeskripsikan tanggung jawab sosial sebagai komitmen industri untuk mempertanggung-jawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan serta menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya. Perusahaan diwajibkan menerapkan program CSR ini agar tidak ada kerusakan lingkungan yang terjadi seperti pencemaran lingkungan, udara dan lain sebagainya. CSR yang awalnya dianggap sebagai beban perusahaan akan menjadi investasi dimasa yang akan datang, hal ini dikarenakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan memberikan keuntungan bagi masyarakat sekitar maupun investor, sehingga nantinya perusahaan akan memperoleh citra yang baik di mata publik.

Pengungkapan CSR telah diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 47 tahun 2012 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas” dimana pada pasal 6 disebutkan bahwa pelaksanaan CSR dimuat dalam laporan tahunan dan harus dipertanggungjawabkan

kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Disebutkan juga bahwa pelaksanaan CSR ini harus dilakukan, bagi perusahaan yang tidak menerapkan CSR maka akan dikenakan sanksi sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku. Guna dimuatnya pelaksanaan CSR dalam laporan tahunan ini adalah agar para *shareholder* maupun *stakeholder* dapat melihat bagaimana komitmen tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan berjalan dengan baik. Hal ini juga dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk melihat laba yang diperoleh perusahaan sebelum dan sesudah menerapkan program CSR. Menurut Hasan, N., Alhosani, I., & Nobanee, H. (2023) CSR didefinisikan sebagai tindakan yang muncul untuk memajukan beberapa kebaikan sosial, di luar kepentingan perusahaan dan apa yang dibutuhkan oleh hukum.

Para investor akan mengapresiasi perusahaan yang menerapkan tanggung jawab sosialnya dengan baik meskipun laba yang dihasilkan menurun karena banyaknya pengorbanan atas aset-aset ekonomi yang dimiliki perusahaan untuk menjalankan program tersebut. Perusahaan yang mencantumkan program CSRnya dengan baik dalam laporan tahunan cenderung akan dilihat sebagai perusahaan yang memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang hanya menyajikan laporan keuangan secara umum.

Adanya program CSR ini memberikan perubahan yang dapat dirasakan dalam kehidupan masyarakat. Perubahan ini memberikan kesejahteraan bagi masyarakat, sehingga jalannya perusahaan tidak akan

terhambat nantinya dan bahkan masyarakat akan turut mendukung jalannya operasional perusahaan tersebut. Suatu perusahaan tidak dapat berkembang dan bertahan lama tanpa bantuan dari berbagai pihak, untuk itu di perlukan program CSR ini sebagai penarik minat para investor untuk menanamkan modalnya dan juga menciptakan eksistensi dimata publik. CSR juga menuntun perusahaan untuk lebih efektif dalam menjalankan operasionalnya tanpa berdampak buruk terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya.

Penerapan CSR juga didasari oleh kinerja perusahaannya yang baik. Dalam menerapkan kinerja yang baik perusahaan perlu memonitoring dan memberikan penambahan wawasan kepada setiap tenaga kerjanya agar tidak terjadi kesalahan yang dapat membahayakan bagi dirinya sendiri maupun perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang sudah menerapkan CSR sebagai strategi bisnisnya, Salah satu perusahaan yang menerapkan program CSR ini adalah perusahaan dalam sektor manufaktur, dalam kegiatan bisnisnya mereka cenderung akan lebih memperhatikan dampak atas lingkungan sekitar, hal ini dilakukan agar tercipta hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat sehingga nantinya akan berdampak pada *brand awareness* yang dapat diartikan sebagai sejauh mana produk yang dihasilkan perusahaan dapat dikenal oleh publik. Semakin banyak publik yang mengetahui produk yang di hasilkan maka akan semakin meningkat laba yang diperoleh perusahaan.

Dengan itu dapat disimpulkan pelaksanaan CSR umumnya dilaksanakan dengan alasan sebagai berikut.

- a. Meminimalisir dampak atas aktivitas perusahaan yang dapat merugikan masyarakat dan lingkungan sekitar, sehingga tidak terjadi konflik sosial.
- b. Mendapatkan legitimasi dan eksistensi, sehingga keberlangsungan hidup perusahaan dapat terjamin.
- c. Memenuhi aturan atau hukum yang berlaku sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.
- d. Sebagai investasi dimasa yang akan mendatang, untuk memperoleh citra perusahaan yang baik dimata publik.

2.1.4. *Good Corporate Governance (GCG)*

Tata kelola perusahaan merupakan salah satu hal yang patut di perhatikan oleh suatu instansi karena dengan adanya tata kelola maka hubungan perusahaan menjadi baik dan sesuai dengan hak maupun kewajiban masing-masing individu. GCG ini merupakan suatu aturan yang mengendalikan perusahaan tentang bagaimana perusahaan tersebut beroperasi. Biasanya GCG yang baik akan memberikan keputusan yang berintegritas sehingga para investor akan tertarik menanamkan modalnya di perusahaan tersebut, karena jika perusahaan memiliki tata kelola yang baik artinya perusahaan dipimpin oleh seorang yang jujur, bertanggung jawab dan mampu memimpin organisasinya menjadi lebih baik lagi kedepannya (Khoiriyah, Yaumil dan Refysha Syafilia W., 2021:109).

Piliang, Arfah, Kirmizi dan Yesi Mutia B. (2020:2) Prinsip-prinsip dalam GCG disusun hingga dapat digunakan sebagai acuan bagi perusahaan di seluruh negara, dimana telah di sesuaikan dengan sistem hukum, aturan maupun nilai yang berlaku di masing-masing negara. Berikut ini adalah prinsip-prinsip yang di terapkan.

- a. *Fairness* (Keadilan), memberikan keadilan kepada semua *stakeholder* dalam menyampaikan pendapat dan memberikan saran untuk kepentingan perusahaan tanpa membedakan SARA, gender maupun fisik.
- b. *Transparency* (Transparansi), informasi yang diungkapkan harus tepat waktu, memadai, jelas, akurat, sesuai dengan kondisi sebenarnya dan pastinya mudah untuk di pahami dan di akses oleh seluruh *stakeholder*.
- c. *Accountability* (Akuntabilitas), menjamin seluruh SDM dalam perusahaan sudah menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan penerapan GCG.
- d. *Responsibility* (Pertanggungjawaban), memastikan bahwa perusahaan telah mematuhi segala aturan juga berpegang pada prinsip kehati-hatian dan menjalankan tanggung jawab sosialnya.
- e. *Independency* (Independensi), memastikan keputusan yang diambil dalam perusahaan tidak ada keterkaitannya dengan campur tangan pihak diluar perusahaan.

Corporate governance menurut (*Indonesian Institut for Corporate Governance*, 2017) adalah suatu struktur, sistem, dan proses yang

digunakan oleh organ-organ perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah terhadap perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka waktu yang cukup panjang (Janrosi, V. S. E., & Efriyenti, D., 2021).

Good Corporate Governance memiliki beberapa mekanisme sebagai berikut.

2.1.4.1. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan Institusional merupakan besarnya kepemilikan saham yang dimiliki oleh institusi lain seperti perusahaan asuransi, perusahaan investasi, perbankan dan institusi lainnya (Khoiriyah, Yaumil dan Refysya Syafilia W., 2021:112). Kepemilikan Institusional ini sangat membantu dalam memonitoring operasional perusahaan, banyaknya Kepemilikan Institusional akan membantu mendorong perusahaan dalam meningkatkan pengawasannya. Monitoring yang dilakukan perusahaan bermanfaat bagi kesejahteraan para pemegang sahamnya dikarenakan perusahaan akan semakin efisien dalam memanfaatkan aktiva yang dimiliki perusahaan dan meminimalisir kesalahan wewenang yang kemungkinan akan menyebabkan kerugian perusahaan (Singal, Patrisia Adiputi dan I Nym Wijana Asmara Putra, 2019:471).

Kepemilikan Institusional ini akan mendorong perusahaan dalam menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kepemilikan Institusional sebagai salah satu pemilik saham berhak meminta perusahaan untuk memberikan pengungkapan atas aspek sosial yang dilakukan secara transparan, hal ini dilakukan untuk melihat seberapa

besar tanggung jawab sosial yang dimiliki perusahaan terhadap pemegang saham, masyarakat maupun lingkungan sekitar. Dengan teraturnya tata kelola yang mampu menerapkan sistem tanggung jawab sosial yang baik ini membuat perusahaan menerima legitimasi dan memberikan *value firm* yang baik untuk perusahaan sehingga harga saham akan meningkat dan para investor akan melirik perusahaan tersebut untuk menanamkan modalnya guna memperoleh profit maksimal.

2.1.4.2. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan Komisaris merupakan pihak yang bertanggungjawab dalam memberikan masukan dan arahan kepada dewan direksi dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya. Dewan Komisaris membantu mengawasi terlaksananya tanggung jawab sosial perusahaan dengan baik. Para Dewan Komisaris akan menekan perusahaan untuk lebih fokus dalam menerapkan tanggung jawab sosialnya agar tercipta hubungan yang baik antara perusahaan dengan para *shareholder* maupun *stakeholdernya*. Sehingga dapat dikatakan semakin banyak Dewan Komisaris yang dimiliki perusahaan maka akan semakin banyak juga perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Banyaknya pengungkapan atas tanggung jawab sosial yang berhasil diterapkan oleh perusahaan dapat membantu perusahaan mendapatkan citra yang baik dan tentunya akan menarik minat para calon investor.

Berdasarkan PP No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas, dimana pada pasal (1) ayat (6) disebutkan bahwa “Dewan Komisaris

adalah Organ Perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi”. Dewan Komisaris dalam perusahaan sedikitnya berjumlah 2 (dua) orang yaitu Dewan Komisaris utama dan anggotanya. Dewan Komisaris independen ditunjuk dan diberhentikan melalui keputusan rapat umum pemegang saham (RUPS), sedangkan Komisaris utusan ditunjuk dan diberhentikan melalui keputusan rapat Dewan Komisaris.

Baiknya pengelolaan yang dilakukan oleh Dewan Komisaris membuat perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik, karena terlaksananya program CSR akan memberikan eksistensi terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Semakin besar eksistensi yang dimiliki, maka akan semakin besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan sehingga perputaran kas perusahaan akan baik. Dewan Komisaris diharuskan bersikap netral, mereka tidak boleh terpengaruh oleh perusahaan melainkan harus melindungi para *stakeholder* agar mendapatkan kemakmuran dalam upaya penerapan program CSR. Dengan adanya dewan komisaris ini perusahaan tidak akan mendapat konflik sosial maupun ancaman-ancaman yang dapat membuat perusahaan mengalami kerugian, karena terlaksananya program CSR membantu menciptakan hubungan yang baik terhadap publik. Sehingga dapat dikatakan kinerja Dewan Komisaris berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan kedepannya.

2.1.4.3. Ukuran Komite Audit

Komite Audit ditunjuk dan diberhentikan oleh Dewan Komisaris. Komite Audit merupakan pihak yang mendukung dan bertanggung jawab terhadap Dewan Komisaris untuk melaksanakan tugasnya dalam melakukan pengawasan dan pengendalian atas aktivitas perusahaan sesuai dengan penerapan GCG yang baik. Mereka harus menjaga hubungan yang baik dengan auditor eksternal karena memiliki wewenang sebagai pehubung antara Dewan Komisaris dengan auditor eksternal dan memeriksa laporan dari auditor internal perusahaan yang akan dipertanggungjawabkan kepada dewan direksi dan Dewan Komisaris.

Davidson, Goodwin-Stewart, & Kent (2005) dalam Kyere, Martin & Marcel Ausloos (2020) menyatakan bahwa Komite audit memiliki peran untuk memastikan bahwa integritas pelaporan keuangan perusahaan memenuhi standar dewan tata kelola perusahaan dan juga memastikan kepatuhan perusahaan dalam pengungkapan yang wajib.

Dalam penerapan *Good Corporate Governance*, Komite Audit merupakan pihak yang sangat berperan dalam peningkatan mutu perusahaan dalam melindungi para investor, sehingga Komite Audit merupakan pondasi penting dalam penerapan GCG. Pohan (2008) dalam Ardianti, Putu Novia Hapsari (2019:2023), GCG di rekomendasikan pada Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2000 dimana Komite Audit menjadi salah satu elemen umum dalam penyusunan *corporate governance* di perusahaan publik. Komite audit di Indonesia di bentuk pada 20 April

2004 di Jakarta dengan sebutan *The Indonesian Institute of Audit Committee* atau lebih dikenal dengan nama Ikatan Komite Audit Indonesia (IKAI).

2.2. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan referensi berdasarkan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan perbandingan. Berikut ini adalah ringkasan penelitian terdahulu yang akan di gunakan.

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Manik, Triva Maria, Meily Surianti dan Asianna Martini S. (2020)	Pengaruh Manajemen Laba dan Mekanisme <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen: - Manajemen Laba (X1) - Ukuran Komite Audit (X2) - Proporsi Dewan Komisaris Independen (X3) - Ukuran Perusahaan (X4) Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)	- Manajemen laba (X1) dan Ukuran Komite Audit (X2) berpengaruh namun tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR (Y) - Dewan komisaris(X3) berpengaruh negatif sedangkan Ukuran perusahaan (X4) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Y)

2.	Yusran, dkk. (2018)	Pengaruh Indikator <i>Good Corporate Governance</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kepemilikan Institusional (X1) - Ukuran Dewan Komisaris (X2) - Komite Audit (X3) <p>Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)</p>	<p>Secara simultan : Kepemilikan Institusional (X1), Ukuran Dewan Komisaris (X2), dan Komite Audit (X3) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Y)</p> <p>- Secara parsial : Hanya variabel Ukuran Dewan Komisaris (X2) yang berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR (Y)</p>
3.	Damayanti, Prisila, Hendi Prihanto dan Fairuzzaman (2021)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , Kepemilikan Saham Publik Dan Profitabilitas terhadap Tingkat Pengungkapan <i>Corporate Sosial Responsibility</i>	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kepemilikan Institusional (X1) - Ukuran Dewan Komisaris Independen (X2) - Kepemilikan Saham Publik (X3) - Profitabilitas (X4) <p>Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Dewan Komisaris Independen (X2) dan Profitabilitas (X4) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Y) - Kepemilikan Institusional (X1) dan Kepemilikan Saham Publik (X3) berpengaruh namun tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR (Y)

	<p>4. Putra, Akbar Dwi, Gatot Nazir A. & Sholatia D. (2022)</p>	<p>Pengaruh Profitabilitas, <i>Firm Age</i>, dan <i>Corporate Governance</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi</p>	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas (X1) - <i>Firm Age</i> (X2) - <i>Corporate Governance</i> (X3) <p>Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)</p> <p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas (X1) diproksikan dengan ROA berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Y) - <i>Firm Age</i> (X2) berpengaruh namun tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR (Y) - <i>Corporate Governance</i> yang diproksikan dengan ukuran dewan berpengaruh signifikan dan diproksikan juga dengan komisaris independen berpengaruh namun tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR (Y) - Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antara pengaruh Profitabilitas, <i>Firm Age</i>, dan <i>Corporate Governance</i> terhadap CSR
--	---	---	---	--

5.	Sukasih, Anna dan Eko Sugiyanto (2017)	Pengaruh Struktur <i>Good Corporate Governance</i> dan Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kepemilikan Manajerial (X1) - Kepemilikan Institusional (X2) - Komite Audit (X3) - Ukuran Dewan Komisaris (X4) - Kinerja Lingkungan (X5) <p>Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kepemilikan Manajerial (X1) dan Kepemilikan Institusional (X2) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Y) - Komite Audit (X3), Ukuran Dewan Komisaris (X4) dan Kinerja Lingkungan (X5) berpengaruh namun tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR (Y)
6.	Khoiriyah, Yaumil dan Refysha Syafilia W. (2021)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , Pertumbuhan Perusahaan, dan Kinerja Lingkungan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Komite Audit (X1) - Kepemilikan Manajerial (X2) - Kepemilikan Institusional (X3) - Kepemilikan Asing (X4) - Dewan Komisaris (X5) - Pertumbuhan Perusahaan (X6) - Kinerja Lingkungan (X7) <p>Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Komite Audit (X1), Dewan Komisaris (X5), dan Kinerja Lingkungan (X7) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Y) - Kepemilikan Manajerial (X2), Kepemilikan Institusional (X3), Kepemilikan Asing (X4), dan Pertumbuhan Perusahaan (X6) berpengaruh namun tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR (Y)

	7. Ramadhani, Dhita N., Afifudin, & Junaidi (2020)	Pengaruh Mekanisme <i>Corporate Governance</i> terhadap Luas Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (Studi Empiris terhadap Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)	Variabel Independen: - Kepemilikan Saham Institusional (X1) - Kepemilikan Manajerial (X2) - Komite Audit (X3) - Komposisi Dewan Komisaris (X4) - Jumlah Dewan Direksi (X5) Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)	- Kepemilikan Institusional (X1), Kepemilikan Manajerial (X2) dan Dewan Komisaris (X4) berpengaruh namun tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR (Y) Komite Audit (X3) dan Dewan Direksi (X5) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Y)
--	--	--	---	---

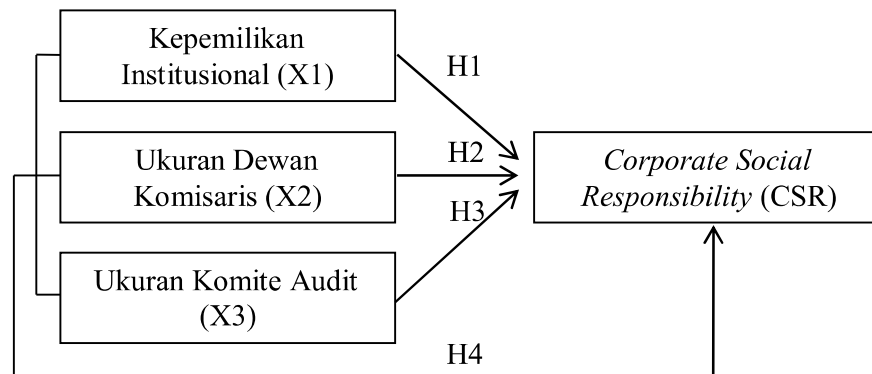
Sumber : Hasil yang diolah penulis (2022)

2.3. Kerangka Pemikiran

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan hal yang wajib di laksanakan bagi setiap perusahaan. CSR dapat dilakukan dengan menciptakan suatu program yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar seperti diadakannya sosialisasi mengenai dunia bisnis guna menambah wawasan masyarakat sekitar dan menghadiri acara sukarela yang dapat menunjukkan itikad baik perusahaan dalam berbagi kepedulian dengan masyarakat sekitar. Dengan terbentuknya kepedulian yang diberikan perusahaan maka akan mudah bagi perusahaan dalam memperoleh legitimasi dari masyarakat.

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, perlu untuk menciptakan tata kelola yang baik. Hal ini di lakukan untuk meningkatkan kinerja

perusahaan dalam memperoleh keuntungan, dengan begitu para investor pastinya akan tertarik untuk menanamkan modalnya. Semakin banyak investor maka akan semakin besar perusahaan dapat berkembang. Beberapa mekanisme GCG yang di pengaruhi oleh faktor internal perusahaan adalah Kepemilikan Institusional, Ukuran Dewan Komisaris dan Ukuran Komite Audit yang masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawabnya sendiri dan tetap menjalankan penerapan GCG secara terintegrasi. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti akan menganalisis dengan kerangka pemikiran sebagai berikut.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara atas masalah yang masih bersifat praduga dikarenakan masalah tersebut masih harus diuji dan dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk melihat apakah dugaan sementara tersebut dapat diterima atau ditolak. Berdasarkan kerangka pemikiran, dapat ditarik kesimpulan hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut.

2.4.1. Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan Institusional merupakan suatu proporsi kepemilikan saham institusi dalam hal ini yaitu institusi pendiri perusahaan, bukan merupakan institusi pemegang saham publik yang diukur dengan presentase jumlah saham yang dimiliki oleh investor institusi intern. Kepemilikan Institusional juga dapat dianggap sebagai mekanisme pengawasan terhadap keputusan yang diambil oleh pihak manajemen, karena para investor institusional tersebut ikut terlibat dalam pengambilan keputusan yang strategis sehingga mereka tidak akan mudah percaya terhadap suatu aksi memanipulasi laba perusahaan (Amaliyah, Fitri & Eliada Herwiyanti, 2019:190)

Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Damayanti, Prisila, Hendi Prihanto dan Fairuzzaman (2021) Kepemilikan Institusional berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Namun, jika dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Sukasih, Anna dan Eko Sugiyanto (2017) Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut.

H1 = Kepemilikan Institusional Berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Sektor Manufaktur

2.4.2. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

Sitorus (2007) dalam Yanti, Ni Luh Eka Karisma, I Dewa Made Endiana & I Gusti Ayu Asri Pramesti (2021) menyebutkan bahwa melakukan pengawasan dan memberikan masukan maupun nasihat kepada direksi merupakan tugas Dewan Komisaris secara hukum. Dimana pengawasan ini di harapkan dapat menjamin tindakan manajemen sudah sesuai dengan peraturan yang di tetapkan dan semua informasi akan di ungkapkan secara terbuka kepada pihak yang berkepentingan, termasuk pengungkapan CSR yang diterapkan oleh perusahaan. Semakin besar perusahaan memiliki Dewan Komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO perusahaan dan semakin terjamin pengawasan terhadap penerapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani, Dhita N., Afifudin, & Junaidi (2020) Dewan Komisaris berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoiriyah, Yaumil dan Refysha Syafilia W. (2021) dimana terdapat pengaruh positif antara Dewan Komisaris dan *Corporate Social Responsibility*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut.

H2 = Ukuran Dewan Komisaris Berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Sektor Manufaktur

2.4.3. Ukuran Komite Audit berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

Dalam menjalankan tugasnya, seorang Komite Audit bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris untuk membantu Dewan Komisaris dalam menjalankan tugas dan wewenangnya, seperti membantu dalam pengawasan terhadap keuangan dan prosedur akuntansi, termasuk juga pengawasan dalam penerapan CSR perusahaan. Komite audit juga diharapkan dapat menjaga komunikasi yang baik antar *stakeholder*.

Penelitian yang dilakukan oleh Oktavila dan Erinos NR (2019) Komite Audit berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Manik, Triva Maria, Meily Surlanti dan Asianna Martini S. (2020) menunjukkan tidak adanya pengaruh antara Komite Audit dan *Corporate Social Responsibility*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut.

H3 = Ukuran Komite Audit Berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Sektor Manufaktur

2.4.4. Kepemilikan Institusional, Ukuran Dewan Komisaris dan Ukuran Komite Audit secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan wajib dilakukan untuk menjamin kesejahteraan masyarakat sekitar dan untuk mendapatkan pengakuan atau legitimasi dari masyarakat. Darma (2018) dalam Ardani,

Ni Ketut Sri & Luh Putu Mahyuni (2020:14) menyebutkan bahwa perusahaan diharuskan berpijak terhadap *triple bottom lines*, yang terdiri dari *financial*, sosial dan lingkungan, hal ini perlu di perhatikan karna untuk meningkatkan nilai perusahaan yang berkelanjutan tidak hanya dijamin oleh kondisi keuangan perusahaan. Maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut.

H4 = Kepemilikan Institusional, Ukuran Dewan Komisaris dan Ukuran Komite Audit Secara Simultan Berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Sektor Manufaktur