

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Empiris

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rosa Fitriana yang Diterbitkan Pada Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (2019) Dengan Judul Pengaruh Kepemilikan Institusional, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Penelitian ini menggunakan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Hasil dari penelitian ini yaitu ada pengaruh yang signifikan antara kepemilikan institusional dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility, dan ditemukan pengaruh positif signifikan dalam profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.
2. Penelitian Yang Di Lakukan Oleh Devi Widya Astuti Yang Di Terbitkan Pada Jurnal Akuntansi Dewantara Vol. 3 No. 2 Oktober 2019 Dengan Judul Yang Di Teliti Yaitu Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Penelitian Ini Menggunakan Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2013-2018. Hasil Dari Penelitiannya Yaitu Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Luas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Leverage Tidak Berpengaruh Terhadap Luas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
3. Cut Dinda Annisa dan Nera Marinda Machdar yang diterbitkan pada Jurnal Bisnis dan Komunikasi, Vol 6, No 1 (2019) dengan judul Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Penelitian ini menggunakan perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ 45 pada periode 2010-2016. Hasil dari penelitian ini yaitu kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap CSR, sedangkan kepemilikan manajerial dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. Ukuran dewan direksi mampu memperkuat pengaruh kepemilikan manajerial dan profitabilitas terhadap CSR, sedangkan ukuran dewan direksi bukan variabel moderating pengaruh kepemilikan institusional terhadap CSR.

4. Penelitian yang Di Lakukan Oleh Ngabey Ryvandhi Ikko Wahyutama Yang Di Terbitkan Pada Jurnal Jurusan Akuntansi Universitas Jember (Unej) 2016. Dengan Judul Yang Di Teliti Yaitu Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Media Exposure Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. Penelitian Ini Menggunakan Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bei Periode 2011-2014. Hasil Dari Penelitiannya Yaitu Variabel Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Media Exposure Berpengaruh Signifikan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure.
5. Penelitian Yang Di Lakukan Oleh Hanifa Dan Siti Rofingarun Yang Di Terbitkan Pada Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah Volume 12, Nomor 1, Mei 2017. Dengan Judul Yang Di Teliti Yaitu Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Penelitian Ini Menggunakan Perusahaan Manufaktur Dan Perusahaan Jasa Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Dari Tahun 2013-2015. Hasil Dari Penelitiannya Yaitu Profitabilitas, Likuiditas Dan Growth Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Sedangkan Media Exposure Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
6. Penelitian Yang Di Lakukan Oleh Febrian Bezaro Hia. Prima Aprilyani Rambe, Jack Febriand Adel. Yang Di Terbitkan Pada Jurnal Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji Tahun 2016. Dengan Judul Yang Di Teliti Yaitu Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan. Penelitian Ini Menggunakan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014. Hasil Dari Penelitiannya Yaitu Umur Perusahaan Berpengaruh Terhadap Pengungkapan CSR Di Indonesia. Sementara Itu, Return On Assets, Net Profit Margin, Debt On Assets, Media Exposure Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan CSR Di Indonesia.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Legitimasi

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat

(Ratnasari, 2011:34). Teori legitimasi merupakan suatu gagasan tentang kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat. Menurut teori ini, untuk diterima oleh masyarakat, perusahaan harus mengungkapkan aktivitas sosial perusahaan sehingga akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Teori legitimasi berpendapat bahwa perusahaan harus melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR semaksimal mungkin agar aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Pengungkapan ini digunakan untuk melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, karena pengungkapan CSR akan menunjukkan tingkat kepatuhan suatu perusahaan.

Seperti yang telah diungkapkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Legitimasi merupakan sebuah cara untuk memperkuat keberlangsungan hidup yang ada diperusahaan yaitu dapat dicapai melalui tindakan yang ada diperusahaan sesuai dengan aturan sehingga bisa diterima secara luas terhadap masyarakat. *legitimacy gap* timbul akibat dari adanya perubahan terhadap kinerja di perusahaan, tetapi harapan yang ada di masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah. Perusahaan yang sebelumnya selalu melakukan pertanggung jawaban sosialnya secara terus menerus yang dilakukan setiap tahun kemudian perusahaan tersebut berhenti tidak melaksanakan program tersebut dengan alasan tertentu. Muncullah masalah legitimasi dikarenakan terjadinya perubahan kinerja perusahaan padahal masyarakat sudah bergantung terhadap perusahaan tersebut melalui program rutin yang ada sehingga masyarakat tidak ingin diberhentikan program tersebut.

2.2.2 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

(Jensen dan Meckling 1976) teori agensi adalah hubungan antara *agent* (manajer) dan *principal* (pemilik). Konflik keagenan muncul dikarenakan adanya preferensi risiko yang berbeda antara *agent* (manajer) dan *principal* (pemilik). Tujuan dari teori agensi ini adalah untuk meningkatkan kemampuan individu (baik prinsipal maupun agen) dalam mengevaluasi lingkungan dimana keputusan harus diambil. Kemudian, untuk mengevaluasi hasil dari keputusan yang telah diambil guna mempermudah pengalokasian hasil antara prinsipal dan agen sesuai dengan kontrak kerja. Manajer atau agen memiliki kewajiban untuk memberikan informasi mengenai perusahaan kepada pemilik perusahaan dikarenakan manajer dianggap lebih memahami dan mengetahui keadaan perusahaan yang sebenarnya. Dengan demikian, didalam perusahaan ada dua kepentingan yang berbeda yang setiap masing-masing berusaha untuk bisa mencapai tingkat kemakmuran yang dikehendaki.

2.2.3 Corporate Social Responsibility

2.2.3.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Pada dasarnya, CSR yaitu terkait dengan setiap perusahaan perlu membangun hubungan antara stakeholder dengan masyarakat di sekitar supaya bisa terjalin hubungan yang harmonis. Secara teori pengertian dari CSR yaitu bentuk pertanggungjawaban di perusahaan pada para *stakeholder*-nya, terutama untuk masyarakat disekitar kegiatan operasional diperusahaan tersebut. CSR berusaha menjadi pusat perhatian pada msyarakat terkait dengan lingkungan dan sosialnya (Ratnasari, 2011:39). Pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan biasanya disebut sebagai *corporate social responsibility* yang merupakan sebuah proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dilingkungan masyarakat.

Semakin luasnya perkembangan industri tidak memungkiri akan berdampak negative terhadap lingkungan dan perantara sosial sekitarnya. Dikarenakan hal itu industrialisasi kecil ataupun besar, cepat ataupun lambat dapat mengganggu sumberdaya tersebut maka dari itu pentingnya pembagian CSR agar terjadi keseimbangan eksploitasi (Hadi, 2011:45).

Hadi (2011:46) mendefinisasikan “*Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business ti behave athically and contribute to economic development while improving the quality of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*”. Dimana maksud dari definisi tersebut adalah tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen yang berkelanjutan oleh bisnis untuk berperilaku secara etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas tenaga kerja dan masyarakat.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) yang merupakan lembaga internasional yang berdiri pada tahun 1955 dengan beranggotakan 120 perusahaan multinasional yang berasal dari 30 negara dunia. Pendapat (Holme & Watts, 2000) dalam publikasinya “*Making Good Business Sanses*” mendefinisasikan CSR sebagai berikut : “*Corporate social responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*.”. Definisi tersebut menunjukkan CSR merupakan satu bentuk tindakan yang menuju dari pertimbangan etis suatu perusahaan guna meningkatkan ekonomi, karyawan dan masyarakat secara luas.

2.2.3.2 *Global Reporting Initiative (GRI) Tahun 2016*

GRI merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan laporan berkelanjutan dan berkomitmen secara terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan diseluruh dunia. Dalam GRI tahun 2016, informasi CSR dikelompokkan kedalam tiga kategori utama, yaitu :

1. Kategori ekonomi

Global Reporting Initiative (GRI) mendefinisikan dampak dari ekonomi secara langsung merupakan perubahan potensi yang produktif atas kegiatan ekonomi supaya bisa mempengaruhi pada kesejahteraan komunitas atau investor dan prospek pembangunan jangka panjang. Sedangkan dampak ekonomi tidak langsung merupakan konsekuensi tambahan sebagai akibat dari pengaruh langsung transaksi keuangan serta aliran uang antara organisasi dan para investor.

2. Kategori lingkungan

Kategori ini berkaitan dengan dampak aktivitas organisasi terhadap ekosistem alam baik yang hidup maupun yang tidak hidup termasuk tanah, udara, air, dan ekosistem alam lainnya. Kategori Lingkungan meliputi dampak yang terkait dengan input (seperti energi dan air) dan output (seperti emisi, efluen dan limbah). Termasuk juga keanekaragaman hayati, transportasi, dan dampak yang berkaitan dengan produk dan jasa, serta kepatuhan dan biaya lingkungan.

3. Kategori sosial

Kategori ini berkaitan dengan organisasi pada sistem sosial di mana organisasi tersebut beroperasi.

Instrument pengukuran CSRI yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen *Global Reporting Initiative (GRI)* tahun 2016. Dalam GRI tahun 2016, informasi CSR dikelompokkan kedalam 3 kategori utama, yaitu: kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial. Dimana masing – masing item dari kategori tersebut adalah 13, 30, 34 dan apabila dijumlahkan maka kategori-kategori tersebut berjumlah 77 item pengungkapan. Dalam pengukuran CSRI setiap kategori pengungkapan CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika indikator GRI memenuhi diatas 50% dari nilai 0 jika indikator GRI dibawah 49% dari aturan GRI tahun 2016. Selanjutnya, nilai dari setiap kategori informasi *sustainability report* dijumlahkan untuk memperoleh besarnya nilai CSR secara keseluruhan.

2.2.4 Profitabilitas

Menurut Kasmir (2014:196), profitabilitas yaitu rasio yang dipergunakan dalam menilai kemampuan dari setiap perusahaan untuk mencari keuntungan yang bisa diperoleh dari tingkat penjualannya. Sehingga penggunaan dalam rasio ini bisa menunjukkan tingkat dari efisiensi atas perusahaan tersebut. Dengan demikian setiap perusahaan harus bisa meningkatkan profitabilitasnya, dikarenakan profitabilitas yang semakin meningkat maka kelangsungan hidup di perusahaan tersebut akan terjamin. Profitabilitas bisa terlihat dari kinerja manajemen dalam sebuah pengelolaan di perusahaan. Ukuran profitabilitas bisa dilihat seperti: tingkat pengembalian investasi/aktiva, laba bersih, laba operasi, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Profitabilitas memperlihatkan keberhasilan disetiap perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Keuntungan tersebut akan dibagikan pada investor yaitu laba bersih setelah pajak dan bunga. Semakin meningkatnya keuntungan yang didapat perusahaan maka semakin besar perusahaan dalam pembayaran dividennya. Manajer di perusahaan tidak hanya memperoleh dividen, tapi bisa mendapatkan sebuah power yang besar sebagai penentu dalam kebijakan perusahaan. Sehingga *dividend payout* yang semakin besar bisa semakin hemat atas biaya modal di perusahaan, di sisi lain manajer bisa meningkatkan kepemilikannya yang diakibatkan dari penerimaan dividen sebagai hasil pendapatan yang tinggi. Jadi, profitabilitas sangat penting sebagai pertimbangan bagi investor untuk pengambilan keputusan dalam investasinya.

Dalam penelitian ini rasio profitabilitas yang digunakan adalah *Return On Assets* (ROA) adalah salah satu pendekatan yang digunakan untuk mencerminkan profitabilitas dalam suatu perusahaan. Rasio ini bisa sebagai pengukuran sejauh mana perusahaan mampu memperoleh laba dari aset yang dipergunakan dalam perusahaan. Semakin tinggi ROA semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Semakin meningkatnya keuntungan yang diperoleh perusahaan bisa menjadikan investor akan tertarik pada nilai sahamnya (Widya, 2019). Semakin tingginya nilai rasio ROA yang mampu diraih oleh suatu perusahaan maka performa keuangan dari perusahaan tersebut dapat dikategorikan baik. Semakin tinggi nilai rasio ROA maka semakin besar laba yang diperoleh perusahaan. ROA yang positif bisa memperlihatkan dari total aset yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan sehingga bisa mampu memberikan laba di perusahaan. ROA yang negatif disebabkan oleh laba perusahaan dalam kondisi negatif (rugi) pula. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan dari modal yang diinvestasikan secara keseluruhan aktiva belum mampu menghasilkan laba. Pengukuran ROA dapat

menggunakan laba bersih (setelah pajak) dibagi dengan total aset yang dimiliki pada periode tertentu.

2.2.5 Kepemilikan Institusional

(Jensen dan Meckling 1976) kepemilikan institusional yaitu Saham perusahaan yang dimiliki instansi atau lembaga (perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan institusi lain). Investor nstitusional bisa memonitoring tindakan dari setiap manajer yang lebih baik diperbandingkan dengan investor individual. Adanya kepemilikan institusional bisa mendorong perusahaan untuk meningkatkan sebuah pengawasan supaya lebih optimal pada kinerja manajemen, dikarenakan kepemilikan saham sebagai sumber kekuasaan yang bisa dipergunakan dalam mendukung atau sebaliknya pada kinerja manajemen. Adanya investor institusional bisa melakukan pengawasannya yang bergantung pada besarnya investasi yang dilakukan. Investor institusional bisa meminta pihak manajemen diperusahaan untuk mengungkapkan dari semua informasi sosial di *annual report* perusahaan supaya bisa transparan kepada stakeholders dalam mendapatkan legitimasi.

2.2.6 Kepemilikan Manajerial

Jensen dan Meckling (1976) kepemilikan manajerial yaitu saham perusahaan yang dimiliki manjaemen perusahaan, dengan adanya kepemilikan manajerial maka bisa menyelaraskan antara kepentingan dari pemegang saham luar maupun dengan manajemen diperusahaan, sehingga problem dalam keagenan diasumsikan bisa hilang apabila seorang manajer yang mempunyai saham di perusahaan. Proporsi kepemilikan saham bisa dikontrol manajer agar bisa mpengaruhi kebijakan yang ada diperusahaan. Menurut *agency teory*, pemisahan yang terjadi antara kepemilikan dengan pengelolaan diperusahaan bisa timbul adanya konflik keagenan. Konflik keagenan disebabkan adanya pihak yang mempunyai kepentingan yang berbeda antara agen dengan prinsipal, perbedaan ini bisa mengakibatkan manajemen akan mempunyai perilaku yang curang serta tidak etis sehingga akan bisa membuat kerugian pada investor. Oleh karena itu diperlukan adanya mekanisme pengendalian yang bisa membuat mensejajarkan perbedaan kepentingan diperusahaan tersebut. Manajer yang sekaligus investor bisa meningkatkan kegiatan operasional perusahaan dikarenakan dengan adanya peningkatan kinerjanya maka perusahaan juga akan bisa meningkatkan CSR.

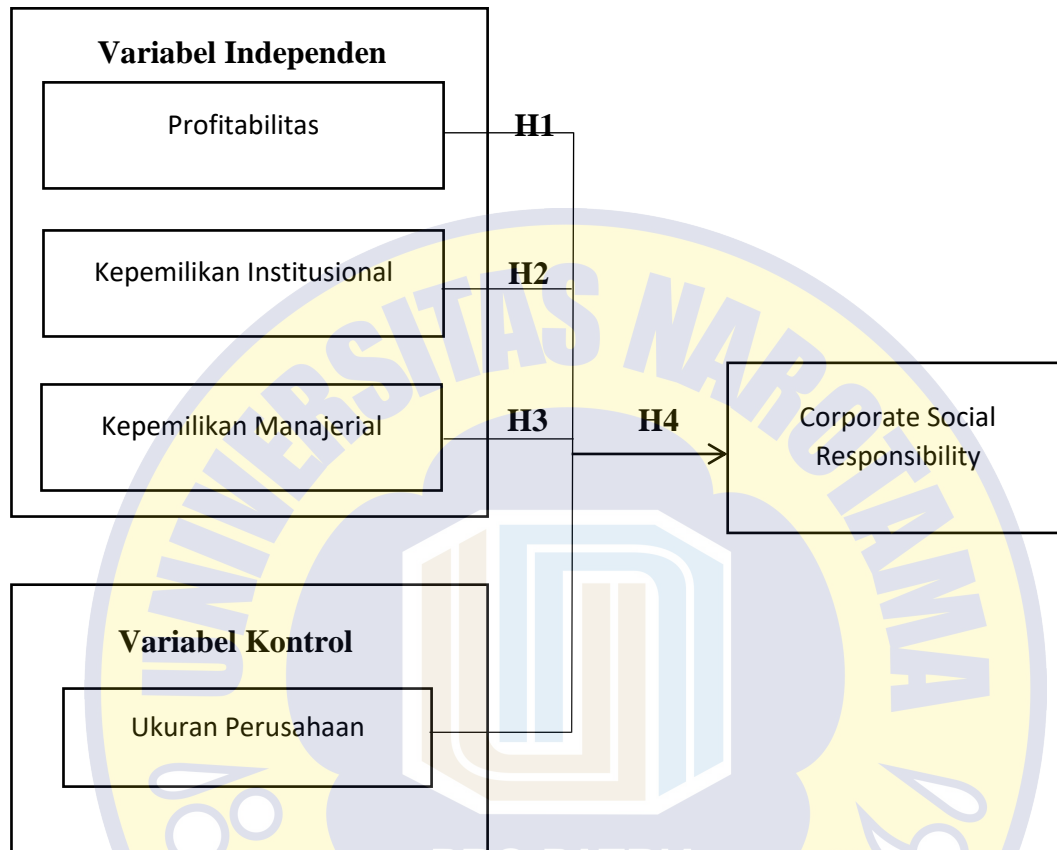
2.2.7 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan yang berskala besar cenderung menarik minat investor karena akan berimbang dengan nilai perusahaan nantinya, sehingga dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. ukuran perusahaan juga merupakan salah satu kriteria yang dipertimbangkan oleh investor dalam strategi berinvestasi. Perusahaan dengan ukuran perusahaan yang lebih besar akan memiliki akses yang lebih besar pula kepada peningkatan kinerja perusahaan. Disamping itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2006).

Ukuran perusahaan dengan keseluruhan dari jumlah aset (aset tetap, aset tidak berwujud dan lain-lain), volume penjualan, jumlah tenaga kerja, dan kapitalisasi pasar (Wahyutama, 2019). Penelitian ini untuk pengukuran size perusahaan dinyatakan dengan total aset yang dimiliki. Dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk logaritma dari total asset.

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini disajikan dengan kerangka pemikiran pada gambar 2.1 sebagai berikut:



Gambar 2.1
Rerangka Pemikiran

2.4 Perumusan Hipotesis

2.4.1 Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Menurut Kasmir (2014:196), profitabilitas yaitu rasio yang dipergunakan dalam menilai kemampuan dari setiap perusahaan untuk mencari keuntungan yang bisa diperoleh dari tingkat penjualannya. Sehingga penggunaan dalam rasio ini bisa menunjukkan tingkat dari efisiensi atas perusahaan tersebut. Dengan demikian setiap perusahaan harus bisa meningkatkan profitabilitasnya, dikarenakan profitabilitas yang semakin meningkat maka kelangsungan hidup di perusahaan tersebut akan terjamin. Profitabilitas bisa terlihat dari kinerja manajemen dalam sebuah pengelolaan di perusahaan, sehingga semakin meningkatnya profitabilitas di perusahaan bisa membuat semakin meningkat pula

pengungkapan pada CSR. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas besar harus bisa aktif dalam mengungkapkan kegiatan dalam CSR.

(Widya, 2019) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. Dikarenakan dengan adanya laba yang tinggi maka manajemen akan melakukan pengungkapan sosial yang luas. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis pertama penelitian yang diajukan sebagai berikut :

H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

2.4.2 Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan CSR

Kepemilikan institusional menjadi mekanisme yang handal sehingga mampu memotivasi manajer dalam meningkatkan kinerjanya yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja pada perusahaan tersebut. Semakin meningkatnya kepemilikan institusional bisa memonitoring perilaku dari manajer diperusahaan. Dengan adanya kepemilikan institusional maka bisa memonitoring dari pihak manajemen supaya bisa efektif, dengan adanya pengawasan yang semakin ketat perusahaan akan meningkatkan pengungkapan CSR. Dikarenakan CSR itu penting bagi perusahaan, dengan perusahaan mengungkapkan CSR, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan, sehingga perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dan legitimasi dari masyarakat.

Fitriana (2019) mendapatkan hasil bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility, dikarenakan kepemilikan oleh institusi bisa sebagai alat yang efektif dalam memonitoring diperusahaan. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis kedua penelitian yang diajukan sebagai berikut :

H2 : kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

2.4.3 Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan CSR

Kepemilikan manajerial maka bisa menyelaraskan antara kepentingan dari pemegang saham luar maupun dengan manajemen diperusahaan, sehingga problem dalam keagenan diasumsikan bisa hilang apabila seorang manajer yang mempunyai saham di perusahaan. Proporsi kepemilikan saham bisa dikontrol manajer agar bisa mempengaruhi kebijakan yang ada diperusahaan. Oleh karena itu diperlukan adanya mekanisme pengendalian yang bisa membuat mensejajarkan perbedaan kepentingan diperusahaan

tersebut. Manajer yang sekaligus investor bisa meningkatkan kegiatan operasional perusahaan dikarenakan dengan adanya peningkatan kinerjanya maka perusahaan juga akan bisa meningkatkan CSR. Dikarenakan CSR itu penting bagi perusahaan, dengan perusahaan mengungkapkan CSR, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan, sehingga perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dan legitimasi dari masyarakat.

Annisa dan Machdar (2019) mendapatkan hasil bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility, dikarenakan semakin meningkatnya kepemilikan manajerial maka semakin meningkatnya juga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis ketiga penelitian yang diajukan sebagai berikut :

H3 : kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

2.4.4 Profitabilitas, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial Secara Simultan terhadap Pengungkapan CSR

Seorang investor, sebelum melakukan investasi, harus memastikan apakah nantinya modal yang ditanam tersebut memberikan *return* (tingkat pengembalian) yang diharapkan atau tidak. Cara mengetahui hal tersebut bisa diketahui lewat profitabilitas di perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dapat lebih memberikan *return* yang lebih diharapkan daripada perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang rendah. Suatu perusahaan yang mempunyai profitabilitas dan ukuran perusahaan yang tinggi seharusnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan secara transparan.

Pencapaian GCG yang baik dibutuhkan adanya peran kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial. Perusahaan dengan kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial yang besar mampu mengindikasikan kemampuannya dalam memonitor manajemen. Semakin tinggi kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial menjadikan pengawasan yang lebih ketat terhadap manajemen perusahaan untuk melakukan dan mengungkapkan kegiatan sosial perusahaan.

Annisa dan Machdar (2019) mendapatkan hasil bahwa Profitabilitas, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial Secara Simultan Berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis keempat penelitian yang diajukan sebagai berikut :

H4 : Profitabilitas, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial Secara Simultan Berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

