

BAB II

DASAR TEORI DAN PENGEMBANGAN TEORI

2.1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi menjelaskan hubungan antara agen sebagai pihak yang mengelola perusahaan dan *principal* sebagai pemilik, yang di mana kedua belah pihak terikat dalam sebuah kontrak. Pemilik atau *principal* sebagai pihak yang mengevaluasi informasi, dan agen sebagai pihak menjalankan aktivitas manajemen dan pengambilan keputusan (Jensen & Meckling, 1976). Wewenang dan tanggung jawab agen maupun *principal* telah diatur dalam kontrak kerja atas persetujuan kedua belah pihak. Menurut Suwardjono (2005), hubungan keagenan merupakan hubungan antara *principal* dan agen, di mana agen bertindak untuk kepentingan prinsipal dan atas tindakannya tersebut agen mendapatkan imbalan tertentu. Teori keagenan digunakan untuk memahami hubungan seseorang atau sekelompok orang (*principal*) mempekerjakan jasa orang lain (agen) guna melakukan berbagai aktivitas atas nama mereka. Dengan demikian, prinsipal mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan kepada agen yang dikenal sebagai hubungan agen (Rankin et al., 2018).

Sementara agen memiliki kewajiban hukum dan fidusia untuk bertindak guna kepentingan prinsipal, asumsi bahwa kedua belah pihak adalah pemaksimal utilitas, berarti bahwa agen tidak akan selalu bertindak demi kepentingan prinsipal, jika tidak sesuai dengan kepentingan mereka sendiri. Risiko bahwa manajer

mungkin melakukan tindakan yang merugikan pemilik atau prinsipal lainnya yang sering disebut moral hazard. Jika kepentingan agen dan prinsipal tidak selaras, maka manajer dapat membuat keputusan yang tidak sesuai dengan kepentingan prinsipal (Rankin et al., 2018).

Jensen & Meckling (1976) mengidentifikasi 3 biaya yang terkait dengan ketergantungan pada agen untuk membuat keputusan dan menjalankan bisnis, yang disebut biaya agensi yang meliputi biaya pemantauan, biaya pengikatan, dan kerugian residual. Akuntansi memiliki peran penting dalam mekanisme pemantauan dan retensi. Informasi akuntansi digunakan untuk mencocokkan kontrak dengan perilaku agen penjamin dan memantau kinerja terhadap kontrak tersebut. Oleh karena itu, teori agensi sangat bergantung pada fungsi akuntansi (Rankin et al., 2018).

Pemisahan kepemilikan serta kontrol memiliki arti bahwa manajer, sebagai agen, cenderung bertindak untuk kepentingan mereka sendiri, dan tindakan tersebut mungkin tidak sejalan dengan kepentingan prinsipal atau pemilik. Teori keagenan mengidentifikasi sejumlah masalah yang ada antara manajer dan pemilik dalam hubungan keagenan, yang juga menunjukkan bagaimana kontrak dan informasi akuntansi dapat digunakan untuk memantau manajer dan mengikat kepentingan pemilik dan manajer guna mengurangi masalah tersebut, yang meliputi *the horizon problem*, *risk aversion*, dan *dividend retention* (Rankin et al., 2018).

2.2. Teori Sinyal (Signalling Theory)

Teori sinyal membahas dorongan untuk mengungkapkan informasi ke pihak eksternal dikarenakan terjadi asimetri informasi antara manajemen dengan pihak eksternal (Suwardjono, 2005), di mana asimetri informasi mengakibatkan tidak adanya informasi yang sama dengan pihak manajemen (internal) dan eksternal perusahaan sehingga asimetri informasi harus diminimalisir. Hal ini disebabkan informasi yang diperoleh akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan yang dilakukan pihak eksternal. Informasi yang diperoleh berupa sinyal bagi para pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan. Teori sinyal yang biasa dikenal sebagai teori regulasi, menyatakan bahwa entitas pelapor mampu meningkatkan nilainya melalui pelaporan keuangan (Rankin et al., 2018). Pelaporan yang dilakukan oleh perusahaan menjadi sebuah sinyal bagi para pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, semua informasi perusahaan, baik itu informasi keuangan maupun non-keuangan harus diungkapkan oleh perusahaan (Darmastika & Ratnadi, 2019).

Teori sinyal memberikan penegasan bahwa kegiatan sosial dan lingkungan memberikan informasi kepada investor tentang prospek pengambilan masa depan substantial (Darmastika & Ratnadi, 2019). Dengan adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), maka perusahaan sedang menyampaikan informasi non-keuangan yang tentunya memberikan sinyal kepada pemangku kepentingan bahwa perusahaan lebih peduli pada lingkungan, sosial, dan ekonomi.

2.3. Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Teori pemangku kepentingan menyatukan kebijakan dan praktik yang terkait dengan komitmen komunitas bisnis terhadap pemangku kepentingan, nilai-nilai, kepatuhan hukum, penghormatan terhadap komunitas dan lingkungan, dan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan (Wati, 2019). Rankin et al., (2018) menyatakan bahwa pentingnya pembangunan berkelanjutan dalam bisnis, menyebabkan perusahaan semakin sadar pentingnya laporan keberlanjutan perusahaan.

Teori pemangku kepentingan berkaitan dengan perlakuan etis atau moral dari pemangku kepentingan organisasi. Penerapan karakteristik entitas oleh teori pemangku kepentingan diidentifikasi sebagai berikut (Rankin et al., 2018):

- (1) Entitas yang merupakan asosiasi sukarela.
- (2) Entitas yang memungkinkan anggota untuk keluar secara bebas (dan dengan bebas mengeluarkan anggota lain dari organisasi).
- (3) Entitas yang menarik dan mempertahankan (serta merekrut dan mengevaluasi) anggota atas dasar kepentingan mereka dalam memajukan tujuan asosiasi.

Teori pemangku kepentingan tidak terbatas pada entitas penghasil laba, namun dapat diterapkan juga untuk bisnis nirlaba termasuk amal. Pemegang saham mungkin menjual sahamnya di entitas yang menghasilkan laba, sementara pendonor dapat memutuskan apakah akan menyumbang atau tidak kepada entitas nirlaba (Rankin et al., 2018).

Dalam teori pemangku kepentingan, *stakeholder* memiliki hak untuk memperoleh informasi tentang aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dan manajemen. Perusahaan diharapkan untuk melakukan aktivitas yang juga akan bermanfaat bagi *stakeholder*. Informasi harus tersedia bagi kelompok selain investor karena interaksi perusahaan tidak terbatas hanya pada pemegang saham tetapi dengan kelompok pemangku kepentingan lain yang juga memiliki hak untuk memperoleh informasi tentang bagaimana kegiatan perusahaan mempengaruhi mereka (Rankin et al., 2018).

Teori pemangku kepentingan mengusulkan bahwa organisasi memiliki kewajiban untuk mempertimbangkan bagaimana operasi mereka mempengaruhi pemangku kepentingan dan tidak boleh hanya berkonsentrasi pada memaksimalkan keuntungan untuk kepentingan pemilik. Hasnas (2013) mencatat bahwa dalam memperhatikan kepentingan semua pemangku kepentingan, manajer perlu mengelola bisnis untuk mencapai keseimbangan yang optimal di antara para pemangku kepentingan tersebut.

Teori pemangku kepentingan konsisten dengan gagasan maksimalisasi nilai, dengan teori pemangku kepentingan berpendapat bahwa entitas yang berusaha untuk melayani kepentingan yang luas akan menciptakan nilai lebih dari waktu ke waktu. Sementara teori akuntansi positif serta teori agensi melihat ini guna memaksimalkan kekayaan pemegang saham, teori pemangku kepentingan mengambil perspektif penciptaan nilai yang lebih luas (Rankin et al., 2018).

Perusahaan harus menjaga relasi dengan para pemangku kepentingan dengan mendukung kepentingan dan kebutuhan para pemangku kepentingan yang mempunyai kekuatan akan ketersediaan sumber daya untuk kegiatan operasional perusahaan, misalnya pasar atas produk perusahaan, tenaga kerja dan lainnya (Ghozali & Chariri, 2007). Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah melaksanakan CSR, dengan harapan bahwa keinginan *stakeholder* bisa terakomodasi sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*. Hubungan yang harmonis berakibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

2.4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan dalam Hendriksen (1997) didefinisikan sebagai penyajian informasi yang diperlukan dalam pengoperasian pasar modal secara efektif. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*), yakni pengungkapan yang wajib perusahaan ungkapkan berdasarkan peraturan atau standar yang ada, dan juga bersifat sukarela (*voluntary*), yakni pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari aturan yang berlaku. Pengungkapan *corporate social responsibility* menurut Rahmawati (2012) merupakan proses komunikasi dampak sosial serta lingkungan dari suatu kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok tertentu yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Aktivitas CSR memiliki fungsi strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam membentuk katup pengalaman sosial (*social*

security) yang diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut ambil bagian dalam peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan jangka panjang (Hermawan & Herawati, 2016).

Pada dasarnya perusahaan memerlukan informasi terkait lingkungan sekitar perusahaan beroperasi dalam rangka menyusun laporan pertanggungjawaban. Operasionalisasi perusahaan diharapkan mampu memberikan dampak bagi lingkungan dan masyarakat sekitar. Pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 ayat (1) dan (2) yang menjelaskan bahwa:

- (1) Perusahaan yang menjalankan kegiatan operasional di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- (2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ialah kewajiban Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.

Merujuk pada undang-undang tersebut, dapat disimpulkan bahwa pertanggungjawaban sosial (*Corporate Social Responsibility*) wajib untuk dilakukan namun biaya yang dikeluarkan perusahaan tergantung kemampuan perusahaan yang berarti biaya yang dikeluarkan oleh setiap perusahaan berbeda sesuai dengan tingkat kesukarelaan perusahaan.

Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan juga diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang

Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas di mana tujuan dikeluarkan Peraturan Pemerintah ini adalah guna mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya maupun perusahaan itu sendiri dalam rangka menjalin hubungan perusahaan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya dengan maskarakat setempat. Pasal 2 disebutkan bahwa setiap perusahaan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan sehingga dengan kata lain setiap perusahaan yang ada wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (*Corportae Social Responsibility*). Pasal 6 Peraturan Pemerintah Nomor 74 Tahun 2012 menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan dan dimuat ke dalam laporan tahunan perusahaan dan dipertanggungjawabkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

2.4.1. Pengukuran Corporate Social Responsibility

Ada berbagai pedoman yang dikeluarkan guna memberikan arahan tentang pelaporan keberlanjutan. *The United Nations* (UN) bertanggungjawab atas sejumlah pelaporan tersebut. *The United Natoins Compact* meruapakan inisiatif kebijakan strategis untuk bisnis yang berkomitmen guna menyelaraskan operasi dan strategi melalui pronsip-prinsip pada bidang hak asasi manusia, tenaga kerja, lingkungan, dan anti-korupsi. Entitas yang bergabung dengan *Global Compact* diharuskan untuk mengkomunikasikan kemajuan setiap tahunnya, dengan kerangka pelaporan *Global Reporting Initiative*. *The United nations Conference on Trade and Development*

(UNCTAD), pada tahun 2008, menghasilkan panduan tentang penggunaan indikator berkelanjutan dalam laporan tahunan. Tujuan dari dokumen tersebut, yang dikembangkan dengan mengacu pada *Global Reporting Initiative* dan *International Financial Reporting Standards*, adalah pemberian panduan secara detail tentang penyusunan laporan dengan menggunakan indikator-indikator terpilih. Dalam pelaksanaannya, panduan tersebut membahas pemangku kepentingan utama dan kebutuhan informasi, termasuk gambaran umum tentang pengguna dan penggunaannya dalam pelaporan tanggung jawab perusahaan (*Corporate Social Responsibility*), dan pemilihan indikator beserta panduan terperinci tentang masing-masing indikator (Rankin et al., 2018).

Pengukuran dari suatu pengungkapan CSR yang jamak dilakukan yaitu dengan pelaporan keberlanjutan berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) yaitu GRI-G4. Pedoman yang selanjutnya akan disebut pelaporan keberlanjutan GRI generasi keempat (G4) adalah suatu pedoman hasil pengembangan dari pedoman generasi sebelumnya (G1, G2, G3). Pedoman yang diluncurkan pada tahun 2013 tersebut telah menerima revisi dan peningkatan agar dapat mempresentasikan tren yang penting pada masa kini dan masa depan dalam upaya pelaporan keberlanjutan. Penilaian pengungkapan CSR dilakukan dengan cara melakukan pembagian antara jumlah item yang diungkapkan dengan 91 indikator dari GRI-G4 itu sendiri.

2.5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan mendeskripsikan besar kecilnya suatu perusahaan yang bisa ditunjukkan dengan total aktiva, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata aktiva. Total aset menunjukkan kekayaan yang dikelola perusahaan sejak pertama kali didirikan, sedangkan pendapatan hanya merupakan hasil yang didapatkan oleh perusahaan dalam satu periode (Ashton et al., 1989). Total aset perusahaan akan ditransformasikan ke dalam logaritma natural. Rumus untuk mengukur ukuran perusahaan menurut (Effendi & Ulhaq, 2021) adalah:

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

2.6. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan suatu kondisi pada saat seorang manajer memiliki sejumlah saham yang dimiliki pada perusahaan atau dapat dikatakan bahwa manajer tersebut merupakan pemegang saham perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan jumlah prosentase jumlah saham yang dimiliki oleh perusahaan, semakin besar potensi saham yang dimiliki oleh manajer maka semakin besar pula produktivitas seorang manajer memaksimalkan nilai perusahaan (Kristi, 2013). Menurut Bhagat & Bolton (2013), kepemilikan manajerial memungkinkan manajer untuk mendominasi perusahaan serta memutuskan strategi dan kebijakan mana yang akan diambil perusahaan. Pengukuran yang digunakan adalah persentase saham yang dimiliki oleh manajemen seluruh perusahaan.

2.7. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan peneliti mengangkat tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR), dengan variabel independent Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial. Ukuran perusahaan yang diukur dengan total aktiva perusahaan dapat berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* dikarenakan besar kecilnya suatu perusahaan berpengaruh pada indikator-indikator pada *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan total aktiva yang dimiliki pada setiap perusahaan. Kepemilikan manajerial yang diukur dengan persentase saham yang dimiliki manajer dalam suatu perusahaan dapat berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dikarenakan besar kecilnya saham yang dimiliki manajer dalam suatu perusahaan berpengaruh pada pengoptimalan pelaporan CSR sehingga akan berdampak juga pada nilai perusahaan.

Peneliti menggunakan penelitian terdahulu untuk menjadi acuan dan sebagai bahan perbandingan. Untuk menghindari kesamaan dan sekaligus menunjukkan keaslian dari penelitian ini, peneliti menjabarkan hasil-hasil penelitian terdahulu dengan peneliti lakukan. Adapun penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan bahan pertimbangan dalam penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Subjek	Hasil
1.	Waluyo (2017)	Variabel Dependen:	Perusahaan <i>real</i>	1. <i>Firm Size</i> berpengaruh

		<p>Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).</p> <p>Variabel Independen: <i>Firm Size</i>, <i>Firm Age</i>, dan <i>Firm Growth</i>.</p>	<p><i>Estate</i> yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2016.</p>	<p>signifikan terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>2. <i>Firm Age</i> berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>3. <i>Firm Growth</i> yang diukur dalam rasio pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p>
2.	<p>Della Wiranda Romadhana & Danny Wibowo (2020)</p>	<p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).</p> <p>Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i>, Profitabilitas, Likuiditas, dan Kepemilikan Institusional.</p>	<p>Perusahaan Manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018.</p>	<p>1. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>3. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>4. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>5. Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.</p>
3.	<p>Nurleni, Agus Bandang, Darmawati, dan Amiruddin (2018)</p>	<p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p>Variabel</p>	<p>Perusahaan Manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI)</p>	<p>1. Kepemilikan Manajerial memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>2. Kepemilikan Institusional memiliki pengaruh</p>

		Independen: Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional	periode 2011- 2015.	langsung yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.
4.	Dian Agustia, Wiwiek Dianawati, Dewi Indah R. A. (2019)	Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>Corporate Performance</i> Variabel Independen: Kepemilikan Manajerial dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013- 2015.	1. Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. 2. Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan. 3. Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.
5.	Luluk M. Ifada, Khoirul Fuad, Lia Kartikasari (2021)	Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen: Kepemilikan Manajerial dan Nilai Perusahaan	Perusahaan yang terdaftar pada sektor LQ45 dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017- 2019.	1. Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. 2. Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. 3. Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.
6.	Teguh Erawati, Lia Indah Sari (2021)	Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Perusahaan Manufaktur subsector <i>Food and Beverage</i> yang	1. Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR. 2. Ukuran Perusahaan tidak

		Variabel Independen: Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, dan Manajemen Laba	terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.	berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. 3. Manajemen Laba tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
7.	Nur Asiah, Said Muniruddin (2018)	Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Asing, dan Dewan Komisaris Independen	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010-2014.	1. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. 2. Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. 3. Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. 4. Dewan Komisaris Independen tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. 5. Seluruh variabel independent secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Sumber: Penelitian Terdahulu

2.8. Pengembangan Hipotesis

2.8.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan investor dalam melakukan investasi (Wati, 2019). Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan total aktiva, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata aktiva. Adanya hubungan antara perusahaan dengan pemegang saham serta pihak lain yang juga berkepentingan menjadi hal yang harus diperhatikan perusahaan, sehingga perusahaan harus menyajikan informasi yang cukup kepada pihak-pihak yang berkepentingan, yang tidak hanya melihat profit melainkan hal-hal lainnya sebagai salah bentuk pertanggung jawaban perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi penting bagi pemangku kepentingan untuk melihat informasi yang disajikan perusahaan. Semakin besar perusahaan maka pemangku kepentingan akan semakin banyak sehingga informasi yang disajikan atau dilaporkan perusahaan juga akan semakin banyak, tidak hanya informasi tentang profit, namun aspek lain juga yang tentunya ada dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Waluyo (2017) tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Asiah & Muniruddin (2018)

menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Romadhana & Wibowo (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Erawati & Sari (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil penelitian menunjukkan hasil yang beragam. Berdasarkan teori yang ada, maka hipotesis dalam penelitian adalah:

**H1= Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap
Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

2.8.2. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kepemilikan manajerial adalah persentase saham yang dimiliki oleh manajemen yang secara aktif berpartisipasi dalam pengambilan keputusan perusahaan, termasuk komisaris dan direksi (Galbreath, 2017). Peningkatan kepemilikan manajerial membantu untuk menghubungkan kepentingan pihak internal dan pemegang saham, mengarahkan ke pengambilan keputusan yang lebih baik dan peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian aktivitas perusahaan dapat diawasi melalui kepemilikan manajerial yang besar (Endraswati, 2012).

Teori agensi menjelaskan hubungan antara agen sebagai pihak yang mengelola perusahaan dan *principal* sebagai pemilik, yang di mana kedua belah

pihak terikat dalam sebuah kontrak. Pemilik atau *principal* sebagai pihak yang mengevaluasi informasi, dan agen sebagai pihak menjalankan aktivitas manajemen dan pengambilan keputusan (Jensen & Meckling, 1976). Manajerial perusahaan selaku pemegang saham akan mengoptimalkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk meningkatkan nilai perusahaan, dalam hal ini adalah meningkatkan nilai harga saham sehingga besaran persentase saham yang dimiliki manajerial perusahaan, maka pengoptimalan pengungkapan CSR akan semakin baik (optimal).

Penelitian yang dilakukan oleh Nurleni et al. (2018) tentang pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Agustia et al. (2019), Ifada et al. (2021), dan Erawati & Sari (2021) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Asiah & Muniruddin (2018) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan penelitian terdahulu dan teori yang ada, maka hipotesis penelitian adalah:

H2= Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)