



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pada bab ini, penulis akan membahas mengenai teori-teori yang menjadi landasan utama dalam penelitian ini. Pembahasan teori yang digunakan merupakan hasil dari penelitian sebelumnya yang menurut penulis relevan dengan teori yang akan digunakan pada penelitian ini. Kemudian, akan ditampilkan beberapa penelitian yang memiliki variabel sama dengan penelitian ini.

Selanjutnya, dibuat kerangka pemikiran yang merupakan penghubung antara variabel independen dengan variabel dependen. Kerangka pemikiran berisi pemetaan kerangka teoritis dari teori atau penelitian terdahulu seperti skema, uraian singkat dan terdapat juga hipotesis penelitian. Hipotesis penelitian merupakan pengambilan kesimpulan sementara yang akan dibuktikan kebenarannya pada penelitian ini.

#### A. Landasan Teori

##### 1. Teori Pemangku Kepentingan (Teori *Stakeholder*)

Istilah “*stakeholder*” pertama kali diperkenalkan oleh *Stanford Research Institute* pada tahun 1963. Mereka mendefinisikan para *stakeholder* sebagai “kelompok yang dapat mendukung keberadaan suatu organisasi.” Teori ini menyatakan jika kesuksesan dan hidup-matinya suatu perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya dalam menyeimbangkan majemuk kepentingan menurut para pemangku kepentingan (Freeman, R.E. (2010)).

Menurut jurnal dengan penulis Mitchell et al. (2016), konsep *stakeholder* telah berkembang dan memiliki berbagai interpretasi. Dua diantaranya ialah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pandangan “*narrow*” & “*wide*”. Pandangan “*narrow*” memiliki arti kata yaitu sempit. Pandangan ini lebih berfokus pada individu atau kelompok yang memiliki hubungan langsung dengan perusahaan, seperti pemegang saham, karyawan, pelanggan, dan pemasok. Tujuan utama dari pandangan ini adalah memaksimalkan nilai bagi para pemegang saham.

Sedangkan, pandangan “*wide*” memiliki arti kata yaitu luas. Pandangan ini mencakup semua pihak yang dapat dipengaruhi atau mempengaruhi perusahaan, termasuk masyarakat, lingkungan, pemerintah, maupun pesaing. Tujuan utama dari pandangan ini adalah menciptakan nilai bagi semua pemegang saham. Menurut Freeman, R. E. (2002), perusahaan bukanlah suatu badan yang beroperasi dengan tujuan untuk mencapai kepentingannya sendiri, tetapi juga harus mampu memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingannya. Teori ini berasumsi bahwa bisnis bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada para pemangku kepentingan dan pihak-pihak lain yang mendukung operasional perusahaan.

Menurut Imam & Chariri (2014), jika kelangsungan hidup bisnis bergantung pada dukungan para pemangku kepentingannya, serta dukungan ini harus diupayakan agar operasional bisnis dapat mencari dukungan tersebut. Semakin kuat pemangku kepentingan, maka semakin besar upaya adaptasi yang dilakukan oleh perusahaan sehingga pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dan pemangku kepentingan.

### **C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

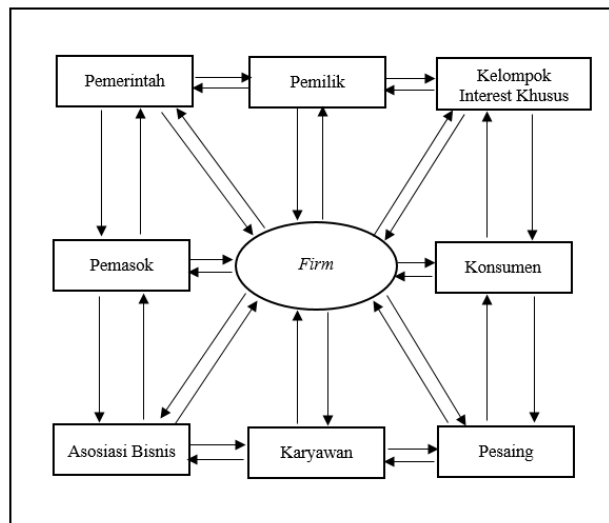
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 2.1

Ilustrasi Teori Stakeholder



Sumber: Parmar et al. (2010)

Berdasarkan gambar di atas, karyawan mempunyai kepentingan dan harapan agar perusahaan dapat memberikan kebahagiaan yang optimal bagi mereka. Di sisi lain, pemilik berkepentingan agar perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dan membayar dividen. Begitu pula dengan pemerintah yang juga menaruh perhatian dan berharap dunia usaha mampu memberikan kontribusi pajak serta mendukung pertumbuhan ekonomi.

Menurut Clarkson (1995), *stakeholder* atau pemangku kepentingan terdiri dari 2 jenis kategori, yaitu primer dan sekunder. *Stakeholder* primer adalah pemangku kepentingan formal yang memiliki hubungan kontraktual dengan perusahaan. Contohnya seperti pemasok produk, pelanggan bisnis dan karyawan. Sedangkan, *Stakeholder* sekunder adalah orang-orang yang tidak terlibat atau berafiliasi secara formal dengan bisnis, media, pemerintah atau komunitas di sekitar perusahaan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berikut ini merupakan beberapa kritik dan keterbatasan terkait dengan teori stakeholder menurut Berman et al. (1999), sebagai berikut:

a. Kurangnya definisi yang jelas

Teori *stakeholder* selalu memiliki definisi yang tidak jelas tentang siapapun dan dapat dianggap sebagai pihak terkait. Hal ini menyebabkan adanya kesulitan dalam mengidentifikasi dan memprioritaskan kepentingan pihak yang terlibat.

b. Keterbatasan dalam mengidentifikasi *stakeholder*

Teori ini terbatas dalam mengidentifikasi para *stakeholder* terkait dan tidak terkait. Hal ini dapat menyebabkan kesalahan perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya dan memprioritaskan kepentingan para pihak.

c. Kurangnya perhatian terhadap kepentingan *stakeholder*

Teori *stakeholder* sering tidak memperhatikan kepentingan *stakeholder* yang berbeda. Hal ini dapat mencegah perusahaan untuk memenuhi manfaat terpenting dari pihak yang terlibat.

d. Ketergantungan pada kepentingan pemilik

Teori *stakeholder* masih tergantung pada kepentingan pemilik perusahaan. Hal ini dapat membuat perusahaan memprioritaskan kepentingan pemilik daripada kepentingan *stakeholder* lainnya.

e. Kurangnya langkah-langkah yang jelas

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Teori *stakeholder* selalu kekurangan langkah-langkah yang jelas dalam menilai kinerja perusahaan. Hal ini dapat menyebabkan kesulitan dalam mengevaluasi apakah perusahaan bereaksi dengan kepentingan para *stakeholder*.

Untuk menjaga kelangsungan operasionalnya, perusahaan harus mampu memperhatikan kepentingan para *stakeholder*-nya. Penting bagi suatu perusahaan untuk mengetahui kepentingan pemangku kepentingan yang berbeda-beda untuk kemudian memberikan informasi terkait operasional perusahaan. Oleh karena itu, CSR hadir untuk menyelaraskan kepentingan *stakeholder* dengan kepentingan perusahaan (Kusumawati & Nurharjanti (2019)).

Ada 3 asumsi yang mendasari adanya teori *stakeholder*, yaitu sebagai berikut:

- a. Perusahaan harus beroperasi tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan finansial dari pemilik saham, tetapi juga untuk memuaskan para pemangku kepentingan.
- b. Manajer sama-sama harus bertanggung jawab kepada semua pemangku kepentingan, tidak hanya kepada pemegang saham perusahaan tetapi juga pihak-pihak lain seperti karyawan, pemerintah, komunitas lokal, pelanggan dan pemasok.
- c. Teori *Stakeholder* harus berdasarkan pada etika organisasi dan terkait dengan CSR perusahaan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 2. Teori Legitimasi

Istilah legitimasi berasal dari kata latin “legitimus” yang artinya adalah hukum. Suatu perusahaan membuat laporan CSR yang diungkapkan kepada masyarakat karena timbul suatu isu atau permasalahan yang dapat mempengaruhi legitimasi perusahaan dan dalam hal tertentu isu atau permasalahan tersebut akan menarik perhatian masyarakat (Rasyid (2022)).

Menurut O’Donovan (2002), legitimasi merupakan keadaan dukungan psikologi dari individu dan kelompok yang peka terhadap fenomena lingkungan material dan immaterial disekitarnya. Menurut teori ini, legitimasi adalah sesuatu yang diberikan oleh masyarakat kepada dunia usaha dan merupakan sesuatu yang dicari atau diharapkan oleh dunia usaha dari masyarakat.

Dalam posisi menjadi bagian dari masyarakat, operasi perusahaan sering kali mempengaruhi masyarakat disekitarnya. Eksistensinya dikatakan dapat diterima menjadi anggota masyarakat, akan tetapi juga dapat mengancam apabila perusahaan tidak dapat beradaptasi menggunakan kebiasaan yang berlaku pada masyarakat. Oleh karena itu, di dalam buku Guthrie & Ward (2006), penulis Dowling & Pfeffer (1975), menyatakan jika manajemen perusahaan mulai mencoba memperoleh kesesuaian antara tindakan organisasi dan nilai-nilai dalam masyarakat umum serta *stakeholder*-nya.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 2.1**

**Tabel Perbandingan Teori Legitimasi**

Aspek	Ullmann (1979)	Ullmann (1982)	Ullmann (1985)
Fokus Utama	Tanggung jawab sosial perusahaan	Pengungkapan informasi sosial perusahaan	Kinerja sosial perusahaan
Definisi Legitimasi	Kesesuaian antara tindakan perusahaan dengan harapan masyarakat	Proses komunikasi antara perusahaan dan masyarakat mengenai tanggung jawab sosial perusahaan	Hasil dari interaksi antara perusahaan dan masyarakat, mencerminkan sejauh mana perusahaan memenuhi harapan masyarakat
Faktor-faktor Mempengaruhi Legitimasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nilai sosial</li> <li>2. Norma</li> <li>3. Harapan masyarakat</li> </ol>	Kualitas dan kuantitas informasi sosial yang diungkapkan oleh perusahaan	Kinerja sosial perusahaan yang diukur melalui berbagai indikator
Konsekuensi Legitimasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keberlanjutan perusahaan</li> <li>2. Dukungan dari masyarakat</li> <li>3. Reputasi baik</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan pemahaman masyarakat tentang perusahaan</li> <li>2. Dialog konstruktif</li> <li>3. Hubungan harmonis</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keunggulan kompetitif</li> <li>2. Peningkatan nilai perusahaan</li> <li>3. Dukungan investor</li> </ol>

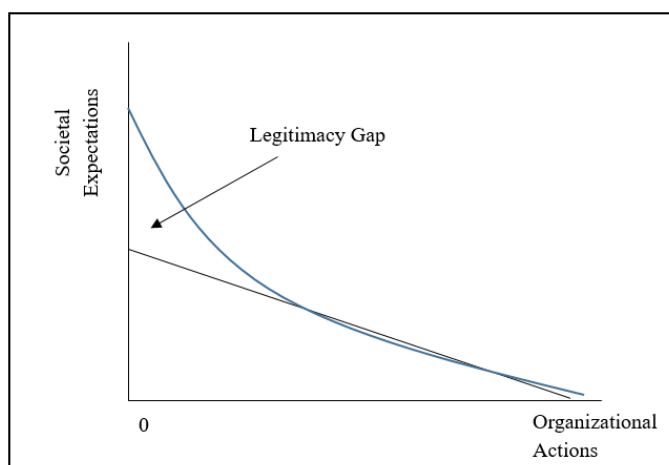
**Sumber: Ullmann (1985)**

Menurut Ullmann (1979), teori legitimasi menekankan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai dasar untuk legitimasi. Perusahaan harus bertindak sesuai dengan nilai-nilai dan harapan masyarakat untuk mendapatkan legitimasi. Menurut Ullmann (1982), mengembangkan konsep legitimasi itu dengan menambahkan ukuran pengungkapan informasi sosial. Perusahaan harus menyampaikan informasi mengenai tanggung jawab sosial mereka kepada masyarakat untuk mendapatkan legitimasi. Sedangkan, menurut Ullmann (1985),

ia melihat legitimasi sebagai hasil dari kinerja sosial perusahaan. Suatu perusahaan yang mampu menunjukkan kinerja sosial yang baik akan memiliki legitimasi dalam masyarakat.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat, diperlukan pengungkapan informasi mengenai lingkungan atau *environmental disclosure*. Melalui laporan tahunan yang telah dipublikasikan, *environmental disclosure* menjadi salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan kegiatannya, dengan tujuan untuk memperoleh kembali kegitimasi dari masyarakat. Dengan demikian, keberadaan dan kelangsungan hidup perusahaan dapat terjamin (Hadiningtyas & Mahmud (2017)).

**Gambar 2.2**  
**Grafik *Legitimacy Gap***



**Sumber: Moloji & Marwala (2020)**

Konsep legitimasi merupakan elemen yang penting dalam menganalisis hubungan antara perusahaan dan lingkungan sekitarnya. Norma serta nilai-nilai sosial yang berlaku dalam masyarakat akan membatasi tindakan yang dapat

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



diambil oleh perusahaan. Perbedaan antara nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dikenal dengan sebutan kesenjangan legitimasi atau “*Legitimacy Gap*”. Sesuai dengan gambar 2.2 mengenai grafik “*Legitimacy Gap*”, kesenjangan legitimasi ini dapat mempengaruhi operasional perusahaan dalam menjalankan fungsinya (Dowling & Pfeffer (1975)).

Sumbu vertikal pada grafik menunjukkan *Social Expectations* atau harapan masyarakat. Hal ini mencerminkan nilai-nilai, standar, dan harapan yang ada di komunitas yang terkait dengan cara organisasi harus beroperasi dan berperilaku. Sumbu horizontal menampilkan *Organizational Actions* atau tindakan organisasi. Hal ini mencerminkan apa yang sebenarnya dilakukan oleh organisasi dalam mengelola kegiatannya. Kurva menurun dari kiri atas ke kanan bawah menggambarkan bagaimana harapan masyarakat cenderung meningkat dari waktu ke waktu. Masyarakat menjadi lebih sadar akan pertanyaan seperti keberlanjutan, moralitas, dan tanggung jawab sosial.

Garis horizontal di bagian bawah menunjukkan bahwa pada awalnya, tindakan organisasi dapat mematuhi harapan masyarakat. Namun, seiring waktu harapan masyarakat terus meningkat sementara tindakan organisasi mungkin tidak berubah atau tidak beradaptasi secara memadai. Area yang diarsir di antara kedua garis disebut *Legitimacy Gap*. Ini adalah area dengan perbedaan antara harapan masyarakat dan tindakan organisasi. Semakin besar kesenjangan, maka semakin banyak resiko bagi organisasi untuk kehilangan legitimasi di mata masyarakat.

Berikut ini merupakan cara untuk mengatasi *Legitimacy Gap* menurut Moloji & Marwala (2020), sebagai berikut:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- a. Organisasi harus secara aktif mengeksplorasi apa yang diharapkan masyarakat dari mereka.
- b. Organisasi harus terus meningkatkan kinerja mereka di berbagai bidang, termasuk keberlanjutan, moralitas, dan tanggung jawab sosial.
- c. Organisasi harus menyampaikan tindakan dan kinerja mereka kepada masyarakat dengan cara yang transparan dan bertanggung jawab.

Di dalam artikel jurnal dengan penulis Moloji & Marwala (2020), ia mengemukakan bahwa suatu organisasi dapat menggunakan 4 strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman terhadap legitimasinya. Berikut ini merupakan 4 strategi legitimasi yang dikemukakan oleh Lindblom (1994) ketika kinerja perusahaan mengalami kegagalan, sebagai berikut:

- a. Menemukan cara untuk mendidik pemangku kepentingan tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerja organisasi.
- b. Menemukan cara untuk mengubah persepsi pemangku kepentingan terhadap suatu peristiwa tanpa mengubah operasi organisasi yang sebenarnya.
- c. Mengalihkan perhatian dari masalah yang dihadapi dengan memusatkan perhatian pada aktivitas positif yang tidak menimbulkan kegagalan.
- d. Menemukan cara untuk mengubah ekspektasi kinerja eksternal.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### 3. Teori Keagenan

#### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Teori ini menjelaskan hubungan kerja antara pemilik perusahaan yang terdiri dari pemegang saham dan pihak manajemen. Teori keagenan muncul ketika pemegang saham mempekerjakan pihak lain untuk mengelola bisnis yang mereka miliki. Teori ini memisahkan antara pemegang saham (prinsipal) dari pihak manajemen (agen). Konsep teori keagenan menurut Anthony dan Govindarajan (2005) dalam buku Ma'ruf (2010) adalah hubungan atau kontrak antara prinsipal dan agen. Prinsipal menugaskan agen untuk melaksanakan tugas demi kepentingan prinsipal, termasuk pendelegasian keputusan prinsipal kepada agen. Pada perusahaan yang modalnya terdiri dari saham, pemegang saham bertindak sebagai prinsipal dan *Chief Executive Officer* (CEO) adalah wakilnya.

Teori keagenan menyatakan bahwa kepentingan prinsipal mempunyai kekuasaan atas agen. Agen adalah administrator yang dipercaya oleh pelanggan untuk mengelola bisnis berdasarkan tata kelola perusahaan, pembagian tanggung jawab, pengambilan keputusan, kepemilikan dan pengelolaan fungsi (Jensen, M. C., & Meckling (1976)). Perspektif hubungan keagenan merupakan landasan yang digunakan untuk memahami interaksi antara manajer dan pemegang saham. Hubungan keagenan tersebut terkadang menimbulkan permasalahan antara manajer dengan pemegang saham.

Teori keagenan bertujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan keagenan yang muncul akibat adanya perbedaan tujuan di antara pihak-pihak yang berkolaborasi. Teori keagenan difokuskan untuk mengatasi 2 isu utama yang berpotensi terjadi dalam hubungan keagenan. Menurut Scott (2019), teori agensi merupakan suatu teori yang mengkaji perancangan kontrak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

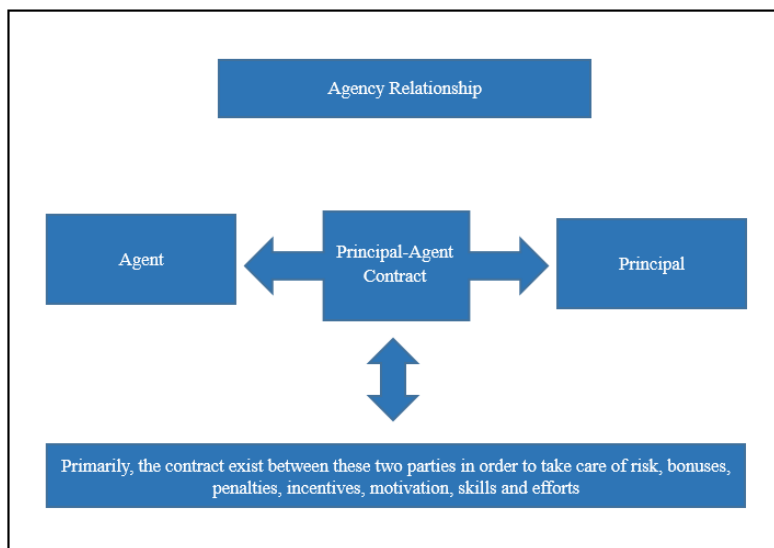
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

yang bertujuan untuk mendorong pelanggan agar bertindak atas nama prinsipal demi kepentingan agensi.

**Gambar 2.3**

***The Agency Relationship***



**Sumber: Moloji & Marwala (2020)**

Berdasarkan Gambar 2.3, teori agensi menjelaskan hubungan antara dua pihak yaitu *principal* dan *agent*. *Principal* merupakan individu atau kelompok yang memiliki sumber daya tertentu. Mereka membutuhkan bantuan dari pihak lain untuk mencapai tujuan mereka. Dalam konteks bisnis, *principal* dapat menjadi pemilik perusahaan atau pemegang saham. Sedangkan, *agent* merupakan pihak yang diberikan wewenang oleh *principal* untuk bertindak atas nama mereka. *Agent* memiliki keahlian atau pengetahuan yang dibutuhkan oleh *principal*. Dalam konteks bisnis, *agent* dapat menjadi manajer, direktur, atau karyawan perusahaan (Jensen, M. C., & Meckling (1976)).

Hubungan antara *principal* dan *agent* berdasarkan oleh sebuah kontrak. Kontrak ini berisi kesepakatan mengenai hak dan kewajiban dari masing-masing pihak. Kontrak ini juga mengatur hal-hal lain seperti resiko, bonus, penalti,





insentif, motivasi, serta harapan terkait keterampilan dan upaya yang diberikan oleh *agent*. Menurut Eisenhardt (1988), “Teori keagenan bertujuan untuk memecahkan dua masalah yang dapat muncul dalam hubungan keagenan.” Berikut ini adalah beberapa masalah yang timbul dalam hubungan keagenan, sebagai berikut:

a. Representasi

Hal ini terjadi ketika adanya konflik antara kepentingan dan tujuan prinsipal dan agen, serta sulitnya prinsipal untuk menentukan apa yang sebenarnya dilakukan oleh agen. Masalah itu terjadi karena prinsipal tidak dapat memverifikasi bahwa agen bekerja dengan baik atau tidak.

b. Pembagian resiko

Masalah pembagian resiko muncul ketika prinsipal dan agen mempunyai pandangan berbeda mengenai resiko. Hal ini mengakibatkan prinsipal dan agen mungkin akan memilih tindakan yang berbeda karena preferensi resiko yang berbeda.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. **Global Reporting Initiative (GRI)**

a. **Pengertian *Global Reporting Initiative (GRI)***

*Global Reporting Initiative* atau GRI merupakan organisasi internasional independen yang menyediakan kerangka kerja sebagai pedoman dalam pelaporan berkelanjutan yang mencakup berbagai bidang, seperti bidang ekonomi, lingkungan dan sosial, (GRI (2016)). GRI sebagai landasan kerangka pelaporan berkelanjutan secara resmi diterbitkan pertama kali pada tahun 2000 dan seiring perkembangannya terjadi beberapa revisi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Standar GRI memungkinkan organisasi manapun baik besar atau kecil, swasta atau publik untuk memahami dan melaporkan dampaknya terhadap ekonomi, lingkungan, dan masyarakat dengan cara yang sebanding serta kredibel, sehingga akan meningkatkan transparansi atas kontribusinya terhadap pembangunan berkelanjutan. Selain perusahaan, standar ini juga sangat relevan bagi banyak pemangku kepentingan termasuk investor, pembuat kebijakan, pasar modal dan masyarakat sipil.

**b. Indikator *Global Reporting Initiative* (GRI)**

Di dalam buku pedoman penyusunan *sustainability report* yang dikeluarkan oleh GRI, terdapat poin-poin yang sekiranya dapat diungkapkan dalam pelaporan tersebut. *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah standar pernyataan berkelanjutan yang membantu pengukuran dan menyampaikan dampak sosial dan lingkungan mereka. Tujuan GRI adalah untuk meningkatkan transparansi dan tanggung jawab bisnis, mendorong perilaku etis serta memperkuat keyakinan publik (GRI (2016)).

**Tabel 2.2**

***Point Standar GRI 2016***

No.	Standar	Jumlah Item
1	100	59
2	200	17
3	300	32
4	400	40
<b>Jumlah</b>		<b>148</b>

**Sumber: Data diolah, 2024**

Berdasarkan Tabel 2.2, GRI yang digunakan pada penelitian ini yaitu GRI Standar 2016. Poin-poin indikator yang terdapat dalam pedoman GRI

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Standar 2016 untuk pembuatan *sustainability report* terdiri dari 60 *general disclosure*, 9 *management approach*, dan 82 *specific disclosure*. Namun, pada tahun 2021, GRI melakukan revisi dan beberapa penyesuaian terhadap standar mereka. Salah satu perubahan yang terjadi adalah penghapusan beberapa topik standar yang dianggap kurang relevan dengan standar lainnya (GRI STANDARDS (2021)). Berikut ini merupakan 3 topik standar yang dihapus oleh GRI, sebagai berikut:

(1) GRI 307 (Kepatuhan Lingkungan)

Topik ini mencakup kepatuhan organisasi terhadap peraturan lingkungan. GRI merasa jika topik ini telah tercakup dalam standar lain yang lebih lengkap dan komprehensif.

(2) GRI 412 (Penilaian Hak Asasi Manusia)

Topik ini terkait dengan penilaian dampak organisasi terhadap Hak Asasi Manusia. GRI merasa jika topik ini harus diintegrasikan ke dalam standar lain yang sesuai dan bukan standar permanen.

(3) GRI 419 (Kepatuhan Sosial Ekonomi)

Topik ini terkait dengan kepatuhan organisasi terhadap peraturan sosial dan ekonomi. GRI merasa jika topik ini lebih baik diintegrasikan ke dalam standar lain.

Penerapan standar GRI dalam keberlanjutan perusahaan merupakan langkah penting dalam membangun kepercayaan dan transparansi. GRI memberikan kerangka lengkap untuk mengukur, melaporkan, dan meningkatkan kinerja berkelanjutan serta memungkinkan perusahaan untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mengungkapkan komitmen mereka pada kegiatan bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

### c. Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*)

Pelaporan adalah alat mekanisme bisnis untuk mengkomunikasikan informasi keuangan dan non keuangan kepada berbagai pemangku kepentingan. Laporan Keberlanjutan merupakan laporan yang menyajikan informasi ekonomi, lingkungan, dan sosial. Pelaporan berkelanjutan dapat membantu bisnis untuk menetapkan tujuan, mengukur kinerja, dan alat komunikasi untuk mencapai operasi keberlanjutan (GRI (2016)). Pelaporan Keberlanjutan telah diatur dalam peraturan OJK No. 51/PJOK.3/2017 tentang penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik. Pada peraturan tersebut dijelaskan bahwa laporan berkelanjutan merupakan “laporan yang diumumkan kepada masyarakat yang memuat kinerja ekonomi, keuangan, sosial dan lingkungan hidup suatu Lembaga Jasa Keuangan, emiten serta perusahaan publik dalam menjalankan sebuah bisnis berkelanjutan.”

Pelaporan Keberlanjutan pada dasarnya telah diterapkan sejak 20 tahun yang lalu, tepatnya pada tahun 2000. Penulis Elkington (1998) telah merumuskan konsep populer untuk pengukuran kinerja perusahaan yang dikenal dengan sebutan *Triple Bottom Line* (TBL). Konsep TBL ini terdiri dari 3 indikator, yaitu *People*, *Profit*, dan *Planet*. Konsep *Triple Bottom Line* menjelaskan jika sebuah perusahaan dapat bertumbuh berkelanjutan, maka selain harus mementingkan keuntungan (*Profit*), perusahaan juga harus

## © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bertanggung jawab untuk menjaga lingkungan (*Planet*), serta harus peduli terhadap manusia (*People*) baik karyawan maupun masyarakat.

Berikut ini merupakan dasar pembuatan laporan keberlanjutan yang di dasari dari Standar GRI 2016 menurut GRI (2020), sebagai berikut:

- (1) Perusahaan harus mengidentifikasi *stakeholder* yang relevan dan memahami kepentingan mereka.
- (2) Perusahaan harus mengumpulkan data tentang kegiatan dan dampaknya terhadap lingkungan, sosial, dan ekonomi.
- (3) Perusahaan harus mengungkapkan informasi tentang kegiatan dan dampaknya terhadap lingkungan, sosial, dan ekonomi.
- (4) Perusahaan harus mengesahkan dan menerbitkan laporan keberlanjutan.

#### d. ESG Leader

IDX ESG *Leader* adalah indeks pasar saham yang dibuat dengan mengklasifikasikan anggotanya sebagai emiten unik yang menerapkan prinsip lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG). Penerapan prinsip-prinsip ESG dalam praktik bisnis akan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian, lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu, saham perusahaan yang menerapkan prinsip ESG akan dinilai baik oleh masyarakat.

IDX ESG *Leader* resmi diluncurkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 14 Desember 2022. Indeks ini mengukur kinerja harga dari saham yang memiliki penilaian *Environmental, Social, and Governance* (ESG) baik dan juga tidak terlibat dalam kontroversi secara signifikan serta kinerja keuangan yang baik. Indeks ini dibuat dengan tujuan untuk membantu

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



investor dalam memilih saham dengan mempertimbangkan apakah emiten saham tersebut memiliki tata kelola, perilaku sosial, dan lingkungan yang baik.

Saham perusahaan ESG yang masuk ke dalam *IDX ESG Leader* tidak dipilih secara acak, melainkan melalui proses seleksi dimana batas bobot tiap saham pada indeks paling tinggi sebesar 15%. Berikut ini merupakan cara bursa untuk memilih anggota atau konstituen *Index IDX ESG Leader* berdasarkan dari panduan *Index IDX ESG Leader* yang dibuat oleh BEI, sebagai berikut:

- (1) Penetapan saham semesta oleh BEI dalam pemilihan *Index IDX ESG Leader* yaitu dari konstituen Indeks IDX80 yang memiliki skor resiko ESG dari *Sustainalytics*.
- (2) BEI menyortir dengan mengeluarkan beberapa saham dengan kontroversi tinggi (kategori 4 & 5).
- (3) BEI menyortir dengan mengeluarkan saham yang memiliki skor resiko ESG pada kategori tinggi dan berat.
- (4) Dari saham yang sudah lolos 3 seleksi sebelumnya, maka akan dihitung lagi nilai resiko ESG tersebut. Kemudian yang terendah akan ditentukan sebagai konstituen *Index IDX ESG Leader* terpilih yaitu sebanyak 15 saham dan maksimal sebanyak 30 saham.

## © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### 5. *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*

Kepedulian suatu perusahaan terhadap masyarakat adalah bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Tujuan utama perusahaan yaitu

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mencari keuntungan, namun tidak dapat dipungkiri bahwa kepedulian terhadap masyarakat merupakan salah satu upaya untuk menjaga eksistensi perusahaan agar dapat mengelola kegiatan usahanya dalam jangka panjang. Penulis Keinert (2008), mendefinisikan CSR sebagai sebuah gagasan yang bertujuan untuk menggambarkan hubungan antara bisnis dan komunitas sekitar yang lebih luas serta mendefinisikan kembali peran dan kewajiban perusahaan swasta dalam masyarakat. Oleh karena itu, untuk mengantisipasi gangguan terhadap kekhawatiran perusahaan, diperlukan sikap tegas dan komitmen yang tinggi dari pihak perusahaan untuk menjaga hubungan baik dan jangka panjang dengan pihak-pihak terkait.

Berikut ini merupakan beberapa proksi terkait dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang dikemukakan oleh GRI (2020), sebagai berikut:

(1) Indeks CSRD

Menggunakan indeks yang dikembangkan oleh lembaga atau organisasi tertentu, seperti Indeks CSRD dari GRI.

(2) Jumlah pengungkapan CSRD

Menghitung jumlah pengungkapan CSRD yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan.

(3) Kualitas pengungkapan CSRD

Menilai kualitas pengungkapan CSRD berdasarkan kriteria tertentu, seperti transparansi, akurasi, dan kelengkapan.

(4) Skor CSRD

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Menggunakan skor yang dikembangkan oleh lembaga atau organisasi tertentu, seperti skor CSRD dari MSCI ESG.

(5) Pengungkapan keberlanjutan

Menghitung jumlah pengungkapan keberlanjutan yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan.

(6) Pengungkapan sosial

Menghitung jumlah pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan.

(7) Pengungkapan lingkungan

Menghitung jumlah pengungkapan lingkungan yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan.

Terdapat 3 prinsip dasar dalam pelaksanaan kegiatan CSR yang dikemukakan oleh Aras & Crowther (2008), antara lain sebagai berikut:

(1) *Sustainability* (Keberlanjutan)

Hal ini berfokus pada dampak dari tindakan yang diambil saat ini berdasarkan pilihan di masa depan. Hal yang sangat mengkhawatirkan yaitu sumber daya yang digunakan terkadang tidak lagi tersedia untuk digunakan di masa depan. Untuk mengukur keberlanjutan, perlu mempertimbangkan laju konsumsi sumber daya organisasi dibandingkan dengan laju regenerasi energi sumber daya.

(2) *Accountability* (Dapat dipertanggung jawabkan)



Hal ini melibatkan pada pengenalan organisasi yang tindakannya akan mempengaruhi lingkungan eksternal dan dengan demikian tindakan tersebut akan menilai tanggung jawab atas dampak dari tindakan organisasi tersebut. Konsep ini menekankan pada perhitungan dampak atas tindakan yang dilakukan antara pihak-pihak di dalam dan di luar organisasi.

### (3) *Transparency* (Transparansi)

Transparansi sebagai dasar memiliki arti bahwa dampak eksternal dari tindakan organisasi dapat ditentukan dari laporan organisasi dan peristiwa relevan yang tidak disembunyikan dari informasi yang dilaporkan.

## © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## 6. Dewan Komisaris Perempuan (*Female BC*)

Saat ini, banyak perusahaan besar di Indonesia memberikan kesempatan yang sama kepada setiap individu baik laki-laki maupun perempuan untuk menduduki berbagai posisi penting seperti dewan direksi dan komisaris. Hal ini terbukti dengan adanya posisi dewan direksi perempuan dan komisaris perempuan. Secara umum, perempuan modern sangat menyadari pentingnya pendidikan yang memungkinkan mereka untuk bekerja secara profesional dan berhasil menduduki berbagai posisi penting di perusahaan.

Perempuan juga dinilai mempunyai peranan penting dalam meningkatkan prestasi kerja karena memiliki daya tarik yang tinggi dan teliti serta lebih mengutamakan perasaan dibandingkan dengan logika dalam bekerja. Menurut Dewi (2008), perempuan menunjukkan kehati-hatian yang sangat tinggi dan cenderung menghindari resiko serta lebih teliti dibandingkan dengan laki-laki.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Aspek ini yang menghalangi perempuan untuk mengambil keputusan secara terburu-buru. Oleh karena itu, diasumsikan bahwa kehadiran perempuan di antara jajaran dewan direksi perusahaan akan membantu mengambil keputusan yang lebih tepat dan tidak terlalu beresiko. Seperti perusahaan Kalbe Farma Tbk. yang per 4 tahun secara konstan memiliki 2 anggota dewan komisaris tetap.

Penulis Lückérath-Rovers (2009), menyatakan bahwa ada 2 perspektif yang menjelaskan mengenai kehadiran perempuan dalam jajaran dewan perusahaan, yaitu argumen dari perspektif bisnis dan argumen dari perspektif etika. Kedua argumen ini terbagi menjadi 2 bagian yaitu persamaan kesempatan dan representasi. Berikut ini merupakan beberapa proksi terkait dengan komposisi dewan komisaris perempuan yang di kemukakan oleh Adams & Ferreira (2008), sebagai berikut:

(1) Proporsi dewan komisaris perempuan

Mengukur proporsi dewan komisaris perempuan dalam total dewan komisaris perusahaan.

(2) Jumlah dewan komisaris perempuan

Menghitung jumlah dewan komisaris perempuan dalam perusahaan.

(3) Persentase dewan komisaris perempuan

Mengukur persentase dewan komisaris perempuan dalam total dewan komisaris perusahaan.

(4) Kehadiran dewan komisaris perempuan

Mengukur kehadiran dewan komisaris perempuan dalam rapat dewan komisaris.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 7. Institusional Asing (*Institutional Foreign*)

Kepemilikan saham oleh investor institusi menunjukkan bahwa investor institusi terlibat dalam pengendalian perusahaan dan pihak eksternal mempunyai kekuatan untuk mengurangi konflik dengan investor institusi. Salah satu bentuk pengedaliannya adalah organisasi mengharuskan setiap bisnis untuk melayani kepentingan masyarakat, seperti memenuhi tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Kepemilikan institusional mengacu pada keterlibatan pihak eksternal dalam menentukan arah perusahaan. Kepemilikan saham eksternal dapat meningkatkan informasi kepada pihak eksternal mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan suatu perusahaan (Kim (2022)).

Sementara itu, kepemilikan asing yang ada terjadi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat sehingga berdampak pada perkembangan perekonomian di Indonesia. Kepemilikan saham asing adalah kepemilikan saham suatu perusahaan di Indonesia yang dimiliki oleh orang asing, baik secara perorangan maupun organisasi. Penulis Purba (2019), menyatakan jika perusahaan asing cenderung melaporkan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih komprehensif, khususnya pada negara seperti Amerika Serikat dan Eropa. Mereka lebih paham dengan praktik dan pengungkapan tanggung jawab lingkungan dan sosial yang baik karena menerima pelatihan yang cukup serta memiliki jaringan informasi lebih luas untuk melakukan pengendalian internal.

Berikut ini merupakan beberapa proksi terkait dengan institusional asing yang dikemukakan oleh Leuz et al. (2010), sebagai berikut:

- (1) Proporsi pemegang saham asing

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Mengukur proporsi pemegang saham asing dalam total pemegang saham perusahaan.

(2) Jumlah pemegang saham asing

Menghitung jumlah pemegang saham asing dalam perusahaan.

(3) Persentase pemegang saham asing

Mengukur persentase pemegang saham asing dalam total pemegang saham perusahaan.

(4) Kepemilikan asing

Mengukur proporsi kepemilikan asing dalam perusahaan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## 8. Media

Perkembangan jaman saat ini yang telah meningkat dengan pesat, telah membuat semua informasi dapat diakses dengan mudah oleh semua orang. Kemudahan dalam memperoleh informasi tentu saja didukung oleh perangkat lunak seperti internet. Internet merupakan jaringan komunikasi global yang dapat memungkinkan semua orang untuk saling berbagi informasi dan berkomunikasi dengan siapa saja (Zhang & Chen (2020)). Selain internet, ada juga bagian lain yang dapat membantu dalam hal mengumpulkan informasi, yaitu *website*.

Bagi sebuah perusahaan, situs *website* biasa dipergunakan untuk membuat citra perusahaan tersebut menjadi lebih baik dan terlihat profesional. Isi situs *website* yang terdiri dari alamat, *e-mail*, kontak, serta berbagai informasi lain yang berkaitan dengan perusahaan akan membangun sisi kepercayaan dari masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Di dalam situs *website* perusahaan, pemberitaan CSR yang turut disertakan mampu menumbuhkan reputasi baik perusahaan kepada masyarakat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berikut ini merupakan beberapa proksi terkait dengan pengungkapan media yang dikemukakan oleh Core et al. (2008), sebagai berikut:

(1) Jumlah berita media

Menghitung total berita media yang membahas tentang perusahaan.

(2) Frekuensi berita media

Mengukur frekuensi berita media yang membahas tentang perusahaan.

(3) Tingkat pengungkapan media

Mengukur tingkat pengungkapan media tentang perusahaan, seperti jumlah kata atau kalimat yang digunakan.

(4) Sentimen berita media

Mengukur sentimen berita media tentang perusahaan, seperti positif, negatif, atau netral.

(5) Kualitas berita media

Mengukur kualitas media tentang perusahaan, seperti akurasi, kelengkapan, dan relevansi.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**9. Karyawan**

Karyawan merupakan salah satu aset penting yang dimiliki oleh setiap perusahaan. Memiliki karyawan yang berkemampuan baik merupakan sebuah kebanggaan bagi suatu perusahaan, karena karyawan tersebut dapat membantu untuk meningkatkan efektivitas serta efisiensi dalam kegiatan perusahaan. Dalam sebuah organisasi, perusahaan perlu untuk membuat karyawan tersebut merasa nyaman untuk bekerja di lingkungan kerjanya. Perusahaan dapat memberikan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

perhatian dengan membentuk sebuah komitmen dalam program organisasi yang dapat dilaksanakan dengan baik.

Salah satu programnya, yaitu dengan melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan atau sering disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR dapat menjadi sebuah alternatif yang dapat memberikan pendekatan emosional antara karyawan dan masyarakat. Menurut Hamdani et al. (2016), pengaruh CSR terhadap komitmen suatu organisasi dapat memberikan dampak yang sangat besar terhadap kinerja karyawan dalam menyelesaikan tugas secara efisien. Berikut ini merupakan beberapa proksi terkait dengan komposisi karyawan yang dikemukakan oleh Richard (2000), sebagai berikut:

(1) Rasio karyawan perempuan terhadap total karyawan

Mengukur proporsi karyawan perempuan dalam total karyawan perusahaan.

(2) Rasio karyawan berpendidikan tinggi terhadap total karyawan

Mengukur proporsi karyawan berpendidikan tinggi (S1, S2, S3) dalam total karyawan perusahaan.

(3) Rasio karyawan berpengalaman terhadap total karyawan

Mengukur proporsi karyawan berpengalaman (lebih dari 5 tahun) dalam total karyawan perusahaan.

(4) Kualitas sumber daya manusia

Mengukur kualitas SDM berdasarkan faktor-faktor seperti pendidikan, pengalaman, dan pelatihan.

(5) Diversitas karyawan

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



Mengukur diversitas karyawan berdasarkan faktor-faktor seperti jenis kelamin, usia, dan latar belakang etnis.

## 10. Kepemilikan Manajerial

Menurut Garanina & Aray (2021), struktur kepemilikan adalah mekanisme dari suatu tata kelola yang mempengaruhi perilaku, nilai, kebijakan strategis, dan kinerja perusahaan. Struktur kepemilikan perusahaan tercermin dari keberagaman investor yang memiliki saham pada perusahaan tersebut. Kepemilikan manajerial adalah persentase kepemilikan manajemen atas saham suatu perusahaan, termasuk dewan direksi dan dewan pengawas yang aktif dalam pengambilan keputusan (Wardani (2019)).

Karena manajemen juga mendapatkan keuntungan atau kerugian secara langsung dari hasil keputusan, maka kepemilikan manajemen dapat meningkatkan kendali manajemen atas suatu keputusan dan mendorong manajemen untuk lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan. Pemegang saham juga ikut campur tangan dalam mengelola manajemen kepentingan perusahaan serta memastikan perusahaan beroperasi secara optimal sekaligus meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, pengambilan keputusan manajemen akan lebih menekankan pada kepentingan para pemegang saham. Berikut ini merupakan beberapa proksi terkait dengan kepemilikan manajerial yang dikemukakan oleh McConnell (2009), sebagai berikut:

### (1) Persentase saham yang dimiliki oleh manajer

Mengukur proporsi saham yang dimiliki oleh manajer dalam perusahaan.

### (2) Jumlah saham yang dimiliki oleh manajer





Menghitung jumlah saham yang dimiliki oleh manajer dalam perusahaan.

(3) Kepemilikan saham oleh CEO

Mengukur proporsi saham yang dimiliki oleh CEO dalam perusahaan.

(4) Kepemilikan saham oleh manajer puncak

Mengukur proporsi saham yang dimiliki oleh manajer puncak (*top management*) dalam perusahaan.

(5) Konsentrasi kepemilikan manajerial

Mengukur konsentrasi kepemilikan saham oleh manajer dalam perusahaan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## B. Penelitian Terdahulu

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian untuk membuktikan bagaimana komposisi dewan komisaris perempuan, institusional asing, pengungkapan media, total karyawan, dan kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Menurut penelitian dari Erawati & Sari (2021) yang berjudul “Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan CSR” periode 2015-2019 pada sektor industri makanan & minuman menunjukkan bahwa dengan analisis regresi berganda terdapat 4 variabel independen yaitu kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, manajemen laba, dan komite audit. Dari 4 variabel tersebut, kepemilikan manajerial dan komite audit memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan, ukuran perusahaan dan manajemen laba tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.



Menurut penelitian dari Hadya & Susanto (2018) yang berjudul “Model Hubungan Antara Keberagaman Gender, Pendidikan, dan *Nationality* Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” periode 2012-2016 pada sektor perusahaan yang terdaftar di BEI menunjukkan bahwa dengan analisis regresi panel terdapat 3 variabel independen yaitu gender dewan komisaris, pendidikan dewan komisaris, *nationality* dewan komisaris. Dari 3 variabel tersebut, gender dewan komisaris dan pendidikan dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan, *nationality* dewan komisaris tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Menurut penelitian dari Edison (2017) yang berjudul “Struktur Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial Pengaruhnya Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)” periode 2013-2014 pada sektor utama yang terdaftar di BEI menunjukkan bahwa dengan analisis regresi berganda terdapat 3 variabel independen yaitu kepemilikan asing, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial. Dari 3 variabel tersebut kepemilikan asing, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Menurut penelitian dari Yurdila J et al. (2019) yang berjudul “*The Effect of Profitability, Firm Size, Board of Commissioners, Leverage and Media Exposure Toward Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) on The Listing and Go Public Companies in Indonesian Stock Exchange (IDX)*” periode 2017 pada sektor perusahaan *go public & listing* yang terdaftar di BEI menunjukkan bahwa dengan analisis regresi berganda terdapat 5 variabel independen yaitu profitabilitas, ukuran



perusahaan, dewan komisaris, *leverage*, dan pengungkapan media. Dari 5 variabel tersebut, profitabilitas, ukuran perusahaan, dewan komisaris, *leverage*, dan pengungkapan media memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Menurut penelitian dari Rasyid (2022) yang berjudul “*Analysis of The Influence of Company Size, Economic Performance, Leverage, and Foreign Ownership on Corporate Social Responsibility Disclosure*” periode 2013-2015 pada sektor pertambangan menunjukkan bahwa dengan analisis regresi berganda terdapat 4 variabel independen yaitu ukuran perusahaan, *economic performance*, *leverage*, dan kepemilikan asing. Dari 4 variabel tersebut, ukuran perusahaan, *economic performance*, dan kepemilikan asing memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan, *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Menurut penelitian dari Indriani et al. (2022) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Karyawan Atas *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Komitmen Organisasi Pada PT Raja Marga Nagan Raya” periode 2021 terhadap PT Raja Marga Nagan Raya menunjukkan bahwa dengan analisis regresi berganda terdapat 1 variabel independen yaitu karyawan. Dari variabel tersebut, karyawan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Menurut penelitian dari Tasya & Cheisviyanny (2019) yang berjudul “Pengaruh *Slack Resources* dan Gender Dewan Terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan” periode 2015-2017 pada sektor perusahaan yang terdaftar di BEI menunjukkan bahwa dengan analisis regresi berganda terdapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2 variabel independen yaitu *slack resources*, dan gender dewan. Dari 2 variabel tersebut, gender dewan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan, *slack resources* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### C. Kerangka Pemikiran

#### 1. Pengaruh Dewan Komisaris Perempuan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Keberadaan perempuan di antara jajaran para dewan menunjukkan bahwa perusahaan memberikan kesempatan yang sama bagi setiap orang untuk menduduki posisi penting di perusahaan tanpa adanya diskriminasi atau membedakan antara laki-laki dan perempuan. Menurut Robbins & Judge (2008), perempuan pada umumnya mempunyai pemikiran yang lebih detail dalam menganalisis pengambilan keputusan. Mereka cenderung menganalisis masalah sebelum mengambil keputusan dan memproses keputusan yang telah dibuat, sehingga mengarah pada pertimbangan yang lebih dalam terhadap sebuah masalah dan solusi alternatifnya.

Variabel dewan komisaris perempuan berkaitan dengan teori agensi, karena dapat mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melaksanakan CSR, sebab mereka memiliki peran sebagai agen yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa perusahaan bertindak sesuai dengan kepentingan *stakeholder* (Jensen, M. C., & Meckling (1976)). Semakin tinggi tingkat kehadiran perempuan dalam manajemen perusahaan dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan jumlah pengungkapan CSR, karena perempuan cenderung

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



lebih patuh pada aturan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadya & Susanto (2018) dan Tasya & Cheisviyanny (2019), dimana hasil penelitiannya menyatakan jika Dewan Komisaris Perempuan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

## 2. Pengaruh Institusional Asing terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan Asing adalah kepemilikan saham pada suatu perusahaan di Indonesia oleh pihak asing, baik secara perorangan maupun badan. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian dari Rasyid (2022), yang menyatakan jika Kepemilikan Asing memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Menurut Anggraini (2011), Kepemilikan Institusional yaitu kepemilikan saham pada perusahaan yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh pihak-pihak yang berbentuk organisasi seperti yayasan, bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pensiun, serta perusahaan berbentuk perseroan (PT) dan institusi lainnya.

Variabel institusional asing berkaitan dengan teori legitimasi, karena institusional asing dapat mempengaruhi CSR perusahaan melalui proses legitimasi, yaitu proses di mana perusahaan mencoba untuk memenuhi harapan dan kepentingan *stakeholder* untuk mempertahankan legitimasi (Rogers (2003)). Semakin tinggi tingkat kepemilikan institusional asing, maka cenderung mengungkapkan pengungkapan CSR lebih banyak, karena pihak asing termasuk pihak yang memiliki kesadaran tinggi dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini sesuai dengan isi penelitian dari Edison (2017), yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menyatakan jika Kepemilikan Institusional memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

### 3. Pengaruh Media terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Media merupakan informasi yang dapat digunakan masyarakat untuk mengetahui secara cepat peristiwa yang sedang berlangsung. Media diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata masyarakat sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang berfungsi sebagai sarana komunikasi yang efektif (Zhang & Chen (2020)). Melalui media, masyarakat dapat ikut memantau aktivitas perusahaan, mengetahui apakah mereka melaksanakan aksi tanggung jawab sosial perusahaan sesuai dengan janjinya atau akan mengambil tindakan untuk mengatasi dampak yang ditimbulkan dari aktivitas bisnisnya.

GRI telah menyatakan bahwa respon perusahaan terhadap pemberitaan buruk harus transparan. Ketika ada kecenderungan berita buruk, maka harus diakui dan dilakukan langkah-langkah aksi untuk penanggulangannya. Pemberitaan itu sendiri terdiri atas campuran berita positif dan negatif, namun kecenderungannya jika pemberitaan negatif yang meningkat maka respon atas pemberitaan negatif lebih tinggi. Variabel media berkaitan dengan teori agensi, karena media dapat mempengaruhi opini publik dan memaksa perusahaan untuk bertanggung jawab (Jensen, M. C., & Meckling (1976)).

Semakin banyak pemberitaan negatif, maka pengungkapan CSR yang dilakukan lebih banyak sebagai respon terhadap kecenderungan pemberitaan negatif tersebut. Jika pemberitaan buruk memiliki pengungkapan yang rendah maka terbukti jika berita itu merupakan berita hoaks. Namun, jika pemberitaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



buruk memiliki pengungkapan yang tinggi, maka manajemen akan mencari orang-orang yang bertanggung jawab serta wajib memberikan bukti atas berita tersebut. Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian dari Yurdila J et al. (2019), yang menyatakan jika Media memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

#### **4. Pengaruh Karyawan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Perkembangan perusahaan akan semakin maju apabila mempunyai sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas dan memenuhi standar perusahaan. Sumber daya manusia yang berkualitas akan membantu perusahaan dengan mudah untuk menerapkan proses produksi secara optimal. Oleh karena itu, perusahaan harus berupaya untuk meningkatkan keterlibatan karyawan. Komitmen organisasi merupakan sesuatu yang dirasakan bersama oleh karyawan dengan menggunakan metode untuk membangun model keyakinan, nilai, norma dan tujuan yang sesuai dengan harapan komitmen organisasi yang terdapat pada komponen perilaku (Arista (2015)).

Semakin tinggi proporsi karyawan yang memiliki pengalaman kerja yang lama serta berpendidikan tinggi, maka semakin tinggi juga tingkat pelaksanaan CSR oleh perusahaan. Karyawan yang memiliki pengalaman kerja lama serta berpendidikan tinggi cenderung memiliki pengetahuan dan kesadaran yang lebih tinggi tentang pentingnya CSR, serta memiliki pengaruh yang lebih besar dalam perusahaan untuk mendorong pelaksanaan CSR. Variabel karyawan berkaitan dengan teori *stakeholder*, karena komposisi karyawan terutama yang memiliki pendidikan tinggi dan pengalaman kerja lama dapat mempengaruhi CSR

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perusahaan (Freeman, R. E. (2002)). Hal ini terjadi karena karyawan adalah salah satu *stakeholder* yang memiliki kepentingan dalam perusahaan dan dapat mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melaksanakan CSR. Hal itu terbukti dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Indriani et al. (2022), yang menyatakan jika Karyawan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR untuk meningkatkan produktivitas karyawan.

## 5. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ketika manajer memiliki sejumlah saham pada perusahaan dan menjadi pengendali dalam pengambilan keputusan, maka mereka cenderung akan mengabaikan nilai pasar perusahaan dan hanya fokus pada kepentingan mereka sendiri sehingga dapat merugikan kepentingan bisnis suatu perusahaan. Kepemilikan yang lebih besar dapat memberikan fleksibilitas dalam memantau dan mengevaluasi manajemen untuk mengurangi masalah keagenan (Zaid et al. (2020)). Variabel kepemilikan manajerial berkaitan dengan teori *stakeholder*, karena manajer harus mempertimbangkan kepentingan *stakeholder*, termasuk kepentingan masyarakat dan lingkungan (Jensen, M. C., & Meckling (1976)).

Ukuran pemegang saham dapat mempengaruhi pengambilan keputusan, termasuk keputusan terkait dengan kegiatan CSR. Semakin banyak pemegang saham yang dimiliki oleh seorang manajer dalam suatu perusahaan, maka semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan, karena keputusan manajer menjadi hal penting dalam melaksanakan kegiatan CSR (Siagian et al. (2022)). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erawati & Sari (2021)

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dimana hasil penelitian yang ia lakukan menunjukkan jika Kepemilikan Manajerial memiliki pengaruh signifikan pada pengungkapan CSR.

**C**

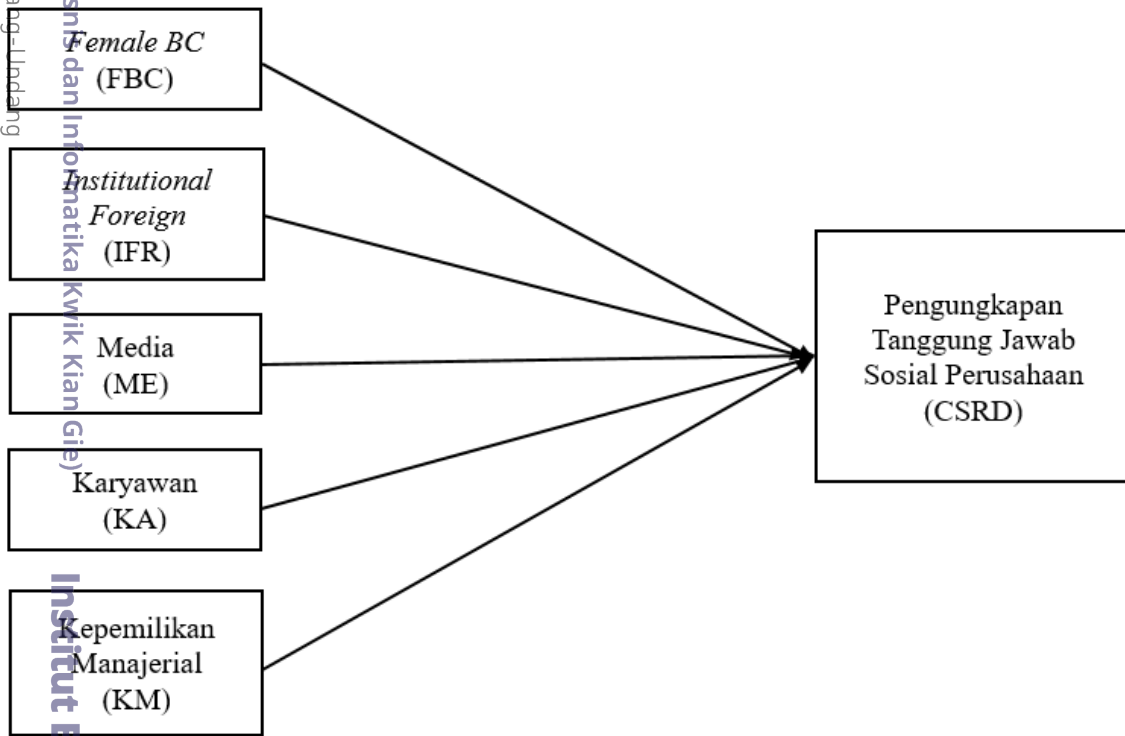
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**D. Hipotesis**

Berdasarkan dari hasil kerangka pemikiran di atas, hipotesis pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.4**

**Model Penelitian**



Sumber: Data diolah, 2024

Ha1 : *Female BC* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*

Ha2 : *Institutional Foreign* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Ha<sub>3</sub> : Media berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR D)



Ha<sub>4</sub> : Karyawan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR D)

Ha<sub>5</sub>

: Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR D)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.