

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pasar Modal (*Capital Market*) mempertemukan pemilik dana dengan pengguna dana untuk tujuan investasi jangka menengah dan investasi jangka panjang. Kedua belah pihak melakukan jual beli modal yang berwujud efek. Pemilik dana menyerahkan sejumlah dana dan penerima dana (perusahaan terbuka) menyerahkan surat bukti kepemilikan berupa efek. Menurut (Sartono, 2014:21), pasar modal adalah tempat terjadinya transaksi aset keuangan jangka panjang atau *long term financial*. Jenis surat berharga yang diperjualbelikan di pasar modal memiliki jatuh tempo lebih dari satu tahun. Berdasarkan Undang-undang Pasar Modal No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (*capital market*), didefinisikan sebagai kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Dalam aktivitas kehidupan sehari-hari pasar modal banyak dilakukan di suatu tempat yang disebut dengan bursa efek.

Pasar modal merupakan bagian dari pasar keuangan (*financial market*). Pasar keuangan ini meliputi pasar uang (*money market*), pasar modal (*capital market*), dan lembaga pembiayaan lainnya seperti sewa beli (*leasing*), anjak piutang (*factoring*), modal ventura (*venture capital*), kartu kredit. Pasar keuangan memainkan fungsi, yaitu menyediakan mekanisme untuk menentukan harga aset keuangan, membuat aset keuangan lebih likuid dan mengurangi biaya peralihan aset. Dengan demikian, pasar modal merupakan

konsep yang lebih sempit dari pasar keuangan (*financial market*). Secara sederhana, pasar modal dapat di definisikan sebagai pasar yang memperjual belikan berbagai instrument keuangan (sekuritas) jangka panjang, baik dalam bentuk utang maupun modal sendiri yang diterbitkan oleh perusahaan swasta. Seperti halnya negara-negara maju, pasar modal Indonesia mempunyai sejarah yang cukup panjang dan mulai didirikan pada saat Indonesia masih jajahan belanda pada zaman VOC. Alasan pembentukan pasar modal karena lembaga ini mampu menjalankan fungsi ekonomi dan keuangan.

Menurut Undang-undang nomor 3 tahun 1982 menyatakan bahwa “Perusahaan merupakan setiap bentuk usaha yang bersifat tetap, terus menerus dan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah negara republik indonesia yang bertujuan memperoleh keuntungan (laba)”. Melihat isi Undang-Undang No. 3 Tahun 1982 yang telah disebutkan diatas, definisi perusahaan mengandung dua unsur pokok, yaitu:

- a) Bentuk usaha (*company*) yang berupa organisasi atau badan usaha yang didirikan, bekerja dan berkedudukan dalam wilayah negara Indonesia.
- b) Jenis usaha (*business*) yang berupa kegiatan dalam bidang perekonomian (perindustrian, perdagangan, perjasaaan, pembiayaan) dijalankan oleh badan usaha secara terus menerus.

Perusahaan pertambangan adalah perusahaan yang menjalankan kegiatan pengambilan suatu endapan dari dalam kulit bumi yang memiliki nilai ekonomis baik dari segi mekanis maupun manual diantaranya minyak dan gas bumi, batubara, pasir besi, timah, nikel, tembaga, emas dan perak serta biji mangan. Berdasarkan UU No. 4/2009, pengelompokan usaha

pertambangan dikelompokkan atas pertambangan batubara dan mineral, pertambangan mineral digolongkan atas:

1. Pertambangan mineral logam dan bukan logam.
2. Pertambangan mineral radioaktif.
3. Pertambangan batuan.

Pada awalnya, perusahaan hanya bertanggung jawab dalam penyediaan barang dan jasa, lapangan kerja, dan kesejahteraan masyarakat. Namun karena adanya proses perubahan yang terjadi maka perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Tanggung jawab ini disebut tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line* yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan pada laporan keuangannya. Namun, tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. Perusahaan pertambangan sangat diwajibkan untuk melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility* dikarenakan kegiatan perusahaan pertambangan memberikan dampak yang cukup besar terhadap lingkungan sekitar perusahaan, oleh sebab itu perusahaan wajib mengembalikan hak-hak masyarakat yang seharusnya didapat dari perusahaan.

Perkembangan CSR terjadi pada tahun 90-an ditandai dengan munculnya penjelasan CSR oleh *The World Business Council for Sustainable Development* pada tahun 1995, *The World Business Council for Sustainable*

*Development* (WBCSD) merupakan forum bisnis yang dibentuk PBB untuk kalangan bisnis agar dapat memberikan kontribusi pada pembangunan berkelanjutan yang merupakan pembangunan dalam 3 aspek ekonomi, lingkungan dan sosial untuk menjamin sumber daya alam dimasa yang akan datang. Penjelasan CSR menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yaitu sebuah kewajiban bisnis berkelanjutan yang memberikan andil pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan komunitas setempat dengan cara meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga karyawan dan masyarakat sekitar perusahaan (Rudito & Famiola, 2013:1). Di Indonesia CSR dimulai sejak tahun awal 1990-an melalui program pembinaan usaha kecil dan koperasi, kemudian dilanjutkan istilah program kemitraan dan bina lingkungan, program tanggung jawab sosial perusahaan yang dilaksanakan oleh BUMN dan swasta. Implementasi CSR mendapat perhatian lebih sejak terbentuknya CFCD (*Corporate Forum for Community Development*) pada 24 September 2002 (Rudito & Famiola, 2013:110-111).

Seluruh perusahaan berbagai sektor bisnis di Indonesia sebagian besar mengklaim bahwa perusahaan mereka telah melakukan kewajiban sosialnya terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Pengungkapan CSR yang dilakukan sebagian besar perusahaan di Indonesia merupakan motivasi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pencapaian usaha perbaikan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Perusahaan juga berpartisipasi di dalam pengabdian masyarakat, seperti memberi lapangan pekerjaan kepada

masyarakat sekitar perusahaan, perbaikan tingkat pendidikan masyarakat, pelayanan kesehatan, dan sebagainya.

Seluruh perusahaan di Indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya, sehingga pengungkapan terhadap CSR diperlukan peran dari akuntansi pertanggungjawaban sosial. Akuntansi pertanggungjawaban sosial berperan menjalankan fungsinya sebagai bahasa bisnis yang mengakomodasi masalah-masalah sosial yang dihadapi oleh perusahaan, sehingga pos-pos biaya sosial yang dikeluarkan kepada masyarakat dapat menunjang operasional dan pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan. Permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia juga terjadi karena lemahnya penegakan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan, misalnya tentang aturan ketenagakerjaan, pencemaran lingkungan, perimbangan bagi hasil suatu industri dalam era otonomi daerah. Selain itu, dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2009) paragraf 12 perusahaan masih bersifat sukarela dalam mengungkapkan CSR kepada publik melalui laporan tahunan perusahaan. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2009) paragraf 12 secara jelas menyampaikan saran untuk mengungkapkan bentuk tanggung jawab atas masalah sosial, yaitu sebagai berikut:

*“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan*

*sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan”.*

Seharusnya dalam melakukan CSR, perusahaan mampu menangani semua masalah lingkungan yang ditimbulkannya. Tidak hanya berfokus yang kasat mata seperti lahan hijau dan tanah, tapi juga polusi udara akibat asap yang ditimbulkannya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya, sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Maka dari itu, CSR perlu diungkapkan dalam *annual report* perusahaan.

Pengungkapan CSR sudah menjadi sebuah kewajiban bagi seluruh perusahaan karena telah diatur dan ditetapkan dalam UU No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 1 yang berbunyi “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan / atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan”. Bila ketentuan ini tidak dijalankan oleh perusahaan, maka akan ada sanksi yang akan dijatuhkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Jadi, CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, sosial, lingkungan serta para pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Sesuai dengan Pasal 66 ayat (2) bagian C menyebutkan bahwa perseroan selain menyampaikan laporan keuangan, tetapi juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan kewajiban sosial dan lingkungan.

Pertanggungjawaban pengungkapan CSR ini harus memberikan informasi yang relevan kepada publik sesuai dengan pencapaian yang dihasilkan perusahaan tersebut di lingkungan sekitar. Penyampaian informasi yang relevan kepada publik akan meningkatkan kepercayaan publik dan investor terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilaksanakan oleh seluruh perusahaan di Indonesia.

Dalam pelaksanaan ataupun pengungkapan CSR, perusahaan memerlukan dana yang tidak sedikit, yang mana dana tersebut diambil dari profit yang dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan di Indonesia akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial ketika memperoleh profit yang tinggi sehingga semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR.

Menurut Hery (2012:143), pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, atau *social accounting* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Pengungkapan CSR dijalankan perusahaan untuk memberi kepuasan terhadap *stakeholder*, karena dengan dilaksanakannya pengungkapan CSR yang baik maka akan memberikan tingkat kepuasan *stakeholder* sehingga akan memberikan sebuah dukungan kepada perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam mencapai laba yang maksimal.

Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan perusahaan juga sering kali memunculkan berbagai permasalahan sosial dan lingkungan bagi masyarakat disekitarnya khususnya perusahaan yang bergerak dalam pengelolaan sumber daya alam. Hal tersebut muncul karena perusahaan cenderung hanya mengejar keuntungan ekonomi semata tanpa menimbang masalah ataupun dampak negatif yang ditimbulkannya seperti kasus pelanggaran CSR lingkungan dimana pencemaran lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan pertambangan batu bara di Indonesia dan menjadi pemicu berkembangnya praktik CSR yaitu peristiwa pelanggaran CSR yang terjadi pada perusahaan PT. Adaro Energy Tbk tahun 2009, limbah yang berasal dari jebolnya kolam pengendapan PT. Adaro Indonesia mencemari sungai Balangan dan empat kecamatan mendapat dampak tercemarnya sungai balangan seperti Kecamatan Amuntai Tengah, Kecamatan Babirik, Kecamatan Sei Pandan, dan Kecamatan Bajang. Selain air sungai yang berwarna coklat tidak bisa digunakan warga hulu sungai utara, distribusi air bersih dari PDAM Amuntai juga terhenti, karena sumber air baku PDAM di Desa Tangga Ulin turut berwarna coklat. Dinas perikanan Kabupaten Hulu Sungai Utara, telah melakukan pengecekan dampak dari sungai balangan yang tercemar karena sudah ada laporan warga tentang ikan yang dibudidayakan menggunakan jalan apung banyak yang mati menyebabkan kerugian materi yang ditaksir ingga milyaran rupiah (Tempo, 2009).

Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* diantaranya adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan

penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2010:122), sedangkan menurut (Kasmir, 2018:196) profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencapai keuntungan atau laba. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan dari adanya penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan adanya ketersediaan dana yang lebih untuk pelaksanaan dan pengungkapan *corporate social responsibility*, dimana nanti dapat digunakan sebagai bukti akuntabilitas kepada *stakeholder* dan meyakinkan bahwa aktivitas perusahaan sesuai dengan norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat. Penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hubungan yang positif antara pengungkapan CSR perusahaan dengan profitabilitas yaitu Indraswari dan Astika (2015), Andriana dan Anggara (2019), Abbas, dkk (2018), Putri dan Baridwan (2013), Sari (2014), Wahyuningsih dan Mahdar (2018), Badjuri (2011), Lamia, dkk (2014), Santioso dan Chandra (2012), Rindawati dan Asyik (2015) tetapi beberapa penelitian lainnya menunjukkannya hasil yang berbeda seperti Maharesti (2018), Putri dan Baridwan (2013) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif pada pengungkapan CSR sedangkan penelitian Rahayu dan Anisyukurlillah (2015), Gunawan dan Apriwenni (2019), Nugroho dan Yulianto (2015), Yuliana, dkk (2008) dan Penggabean dan Tandiontong (2017) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu kepemilikan publik. Menurut Jefskin (2003:8), publik

adalah kelompok atau orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi baik secara internal maupun eksternal sedangkan menurut Wijayanti (2009:20), kepemilikan publik adalah proporsi atau jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat umum yang tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Pengertian publik adalah pihak individu yang memiliki saham dibawah 5% yang berada di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Informasi keuangan yang disampaikan manajemen, oleh para investor digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen dan kondisi perusahaan di masa yang akan datang guna mengurangi risiko investasi. Proporsi atau jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat umum yang tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Semakin besar saham yang dimiliki publik, maka akan semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Hubungan antara kepemilikan publik dengan pengungkapan *corporate social responsibility* menunjukkan hasil bahwa semakin besar proporsi kepemilikan publik, semakin banyak informasi tentang perusahaan, dan semakin banyak butir yang diungkapkan pada laporan tahunan serta semakin luas pula pengungkapan tanggung jawab. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Anisyukurlillah (2015), Kusuma (2017), Japoetra dan Susanto (2020), Lamia, dkk (2014) menyatakan bahwa kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berbeda dengan hasil penelitian Siregar dan Priantinah (2017), Abbas, dkk (2018), Indraswari dan Astika (2015), Siregar (2017) menyatakan bahwa kepemilikan publik berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate*

*social responsibility* sedangkan hasil penelitian Badjuri (2011), Andriana dan Anggara (2019), Rindawati dan Asyik (2015), Penggabean dan Tandiontong (2017) menunjukkan hasil bahwa kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor lainnya yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan atau nilai aktiva (Riyanto, 2008:313) sedangkan menurut Hartono (2008:14), Ukuran perusahaan diartikan sebagai skala penentu besar kecilnya sebuah perusahaan yang dinilai berdasarkan total aktiva yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur melalui komposisi dan jumlah asset bersih yang dimiliki ataupun tingkat penjualan yang terjadi di perusahaan. Hasil penelitian Indraswari dan Astika (2015), Abas, dkk (2018), Kusuma (2017), Wahyuningsih dan Mahdar (2018), Badjuri (2011), Asiah dan Minuruddin (2018), Andriana dan Anggara (2019), Penggabean dan Tandiontong (2017), dan Santioso dan Chandra (2012) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan hasil penelitian Maharesti (2018) yang menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan hasil penelitian Putri (2013), Yuliana, dkk (2008), Rindawati dan Asyik (2015) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor keempat yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu Komisaris Independen. Komisaris Independen menurut

Pasal 120 ayat (2) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseoran Terbatas (“UUPT”) adalah “Komisaris dari pihak luar”. Pasal 120 ayat (2) UUPT juga mengatur bahwa Komisaris Independen diangkat dari pihak yang tidak terafiliasi dengan pemegang saham utama, anggota Direksi dan/atau anggota Dewan Komisaris lainnya, sedangkan menurut Sukrisno dan Ardana (2014:110), komisaris independen merupakan pihak yang ditunjuk tidak dalam kapasitas mewakili pihak manapun dan semata-mata ditunjuk berdasarkan latar belakang pengetahuan, pengalaman, dan keahlian profesional yang dimilikinya untuk sepenuhnya menjalankan tugas demi kepentingan perusahaan. Peran dan fungsi dewan komisaris independen akan mempengaruhi pengungkapan informasi yang dilakukan manajemen. Komisaris independen melaksanakan tanggung jawab pokok untuk mendorong diterapkannya prinsip tata kelola perusahaan yang baik di dalam perusahaan melalui pemberdayaan dewan komisaris agar dapat melakukan tugas pengawasan dan pemberian nasihat kepada direksi secara efektif dan lebih memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Komisaris Independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak memiliki hubungan secara langsung maupun secara tidak langsung dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan (KNKG, 2006:13). Komisaris Independen yang tidak terpengaruh oleh manajemen cenderung mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas kepada para *stakeholder*-nya. Dengan demikian,

semakin besar proporsi Dewan Komisaris Independen dapat mendorong pengungkapan informasi CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Badjuri (2011), Santioso dan Chandra (2012) mengungkapkan bahwa komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan hasil penelitian Penggabean dan Tandiontong (2017) menunjukkan bahwa komisaris independen berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan penelitian yang dilakukan Sari (2014), Putri (2013), Nugroho dan Yulianto (2015), Asiah dan Minuruddin (2018), Siregar dan Priantinah (2017) mengungkapkan bahwa komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka peneliti ingin melihat lebih jauh bagaimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Publik, Ukuran Perusahaan, Komisaris Independen terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020?

- 2) Apakah kepemilikan publik berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020?
- 3) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020?
- 4) Apakah komisaris independen berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan publik terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh komisaris independen terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris tentang pengaruh profitabilitas, kepemilikan publik, ukuran perusahaan dan komisaris independen terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 dan diharapkan dapat memberi sedikit kontribusi dalam pengembangan ilmu ekonomi atau akuntansi, khususnya menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

### 2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wacana baru kepada investor dalam hal pengambilan keputusan investasi untuk mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial dan dapat memberikan masukan bagi perusahaan pertambangan untuk dapat tetap melaksanakan program *corporate social responsibility* secara berkelanjutan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori Sinyal**

Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973 : 355-374) yang menjelaskan bahwa pihak pemilik informasi memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Menurut Brigham dan Houston (2010:186), teori sinyal adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan hal yang penting, karena pengaruhnya terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi tersebut penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan bagaimana efeknya pada perusahaan.

Teori sinyal mengemukakan tentang pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi menyajikan keterangan catatan dan gambaran masa lalu, saat ini maupun masa yang akan datang bagi perusahaan dan pasar modal. Informasi yang

lengkap dan relevan serta akurat dan tepat waktu diperlukan investor pasar modal sebagai alat untuk menganalisis sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman diterima oleh pasar. Pada saat informasi diumumkan dan pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisa informasi tersebut sebagai sinyal baik ataupun sinyal buruk. Jika pengumuman yang diumumkan sebagai sinyal baik bagi investor maka akan terjadi perubahan volume dalam perdagangan saham (Hartono, 2013:392).

Teori sinyal juga dapat dilihat dari perspektif risiko bisnis, dimana risiko bisnis yang semakin tinggi dianggap negatif oleh calon investor sehingga mempengaruhi keinginannya untuk berinvestasi. Kesempatan peluang investasi yang tinggi juga akan dipersepsikan sebagai sinyal positif yang akan mempengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan. Tingginya IOS perusahaan menandakan bahwa perusahaan dapat meningkatkan kinerja keuangan dan nilai perusahaannya di masa mendatang. Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi sinyal bagi pihak di luar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Laporan tahunan hendaknya memuat informasi

yang relevan dan mengungkapkan informasi yang dianggap penting untuk diketahui oleh pengguna laporan baik pihak dalam maupun pihak luar.

Hubungan teori sinyal dengan pengungkapan CSR adalah pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin memperluas pengungkapan dalam laporan tahunan. Hal ini merupakan sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada investor. Semakin luasnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan akan menambah informasi yang diterima investor. Semakin luasnya informasi yang diterima investor akan meningkatkan tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan. Dengan tingkat kepercayaan yang tinggi tentunya investor akan memberikan respon yang positif terhadap perusahaan berupa pergerakan harga saham yang cenderung naik.

### **2.1.2 Teori Stakeholders**

Stakeholder merupakan individu atau kelompok yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh kegiatan organisasi, yang memiliki sebuah kekuasaan, kepentingan dan legalitas berdasarkan ketentuan yang menjadi landasan suatu organisasi. Menurut Freeman (1984:25) menyatakan stakeholders sebagai *“any individual or group who can affect or is affected by the actions, decisions, policies, practices, or goals of the organizations”* (individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan, keputusan, kebijakan, praktik, atau tujuan dari organisasi). Organisasi memiliki banyak stakeholder seperti karyawan, masyarakat, negara supplier, pasar modal, pesaing, badan industri, pemerintah asing dan lain-lain. Dalam melaporkan informasi tanggung jawab sosial stakeholder

memiliki peran yang sangat besar dalam pengambilan keputusan perusahaan, hal itu disebabkan karena yang mengawasi dan memonitoring kegiatan bisnis perusahaan adalah stakeholder (Rudito dan Famiola, 2013:222). Menurut Clarkson (1995:92-117) stakeholder dibagi menjadi 2 yaitu :

- a) Stakeholder primer adalah pihak yang dimana tanpa partisipasinya yang berkelanjutan organisasi tidak dapat bertahan. Contohnya: Pemegang saham, investor, pegawai, pelanggan, dan pemasok. Suatu perusahaan atau organisasi dapat didefinisikan sebagai suatu system stakeholder primer yaitu rangkaian kompleks hubungan antara kelompok-kelompok kepentingan yang mempunyai hak, tujuan, harapan dan tanggung jawab yang berbeda.
- b) Stakeholder sekunder adalah pihak yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan, tapi mereka tidak terlibat dalam transaksi dengan perusahaan. Contohnya: media dan berbagai kelompok kepentingan tertentu. Perusahaan tidak bergantung pada kelompok ini untuk kelangsungan hidupnya, tapi mereka bisa mempengaruhi kinerja perusahaan dengan mengganggu kelancaran bisnis perusahaan.

Menurut Ghazali dan Chariri (2007:409), teori stakeholder adalah teori yang menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, melainkan harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat dan pihak lainnya). Manfaat teori stakeholder ini untuk memperluas perspektif pengelolaan perusahaan dan mengenalkan hubungan

antara perusahaan dengan stakeholder. Fungsi dari teori stakeholder itu sendiri yaitu mampu mengendalikan atau mempengaruhi perusahaan dalam menggunakan sumber daya terkait dalam bidang ekonomi yang telah digunakan perusahaan.

Tujuan dari teori stakeholder adalah untuk membantu memperkuat hubungan perusahaan dengan pihak eksternal dalam meningkatkan suatu keunggulan yang kompetitif. Oleh karena itu terdapat hubungan yang saling mempengaruhi antara perusahaan dan stakeholder dalam memenuhi hak dan kewajiban. Maka, dapat disimpulkan hubungan antara teori stakeholder dengan pengungkapan *corporate social responsibility* adalah suatu perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab terhadap pemilik dan pemegang saham saja tetapi perusahaan juga memiliki tanggung jawab sosial kepada stakeholder.

### 2.1.3 Teori Legitimasi

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategi bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksikan strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri dalam lingkungan masyarakat yang semakin maju. Menurut Hadi (2011:87), legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup.

Teori legitimasi adalah teori yang membuktikan setiap organisasi dalam menjalankan kegiatannya harus sesuai dengan batasan-batasan yang ditekankan oleh norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat sekitar organisasi (Ghozali dan Chariri, 2014:441). Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Dapat dijelaskan bahwa perusahaan berada di tengah-tengah masyarakat dan atas keberadaannya maka perusahaan harus dapat berinteraksi dan bersosialisasi dengan masyarakat dimana perusahaan tersebut berada, sehingga terjadi hubungan yang harmonis diantara keduanya. Menurut Deegan (2000:253), teori legitimasi meyakini suatu gagasan bahwa terdapat “kontrak sosial” antara organisasi dengan lingkungan dimana organisasi tersebut beroperasi. Konsep “kontrak sosial” digunakan untuk menunjukkan harapan masyarakat tentang cara yang seharusnya dilakukan organisasi dalam melakukan aktivitas.

Manfaat dari teori legitimasi yaitu mengimplikasikan suatu perusahaan untuk mengurangi adanya perbedaan harapan dengan masyarakat sekitar perusahaan sehingga reputasi perusahaan tetap terjaga dengan mengubah tujuan yang berpacu pada pengukuran ekonomi yang cenderung mengarah pada orientasi pemegang saham untuk lebih memfokuskan pada kepentingan sosial sebagai wujud kepedulian terhadap tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Untuk mendukung perusahaan dalam mencapai sebuah tujuan, perusahaan perlu melindungi legitimasi *stakeholder* dengan menempatkan dalam kerangka kebijakan serta dalam pengambilan keputusan (Gunawan dan Apriweni, 2019).

Fungsi dari teori legitimasi yaitu untuk menciptakan sebuah keselarasan antara seluruh kegiatan operasional perusahaan dengan norma-norma dan nilai-nilai sosial yang melekat pada kebudayaan masyarakat disekitar perusahaan agar terciptanya hubungan yang saling menguntungkan diantara keduanya (Ghozali dan Chariri, 2014:442). Oleh karena itu dapat disimpulkan hubungan antara teori legitimasi dengan pengungkapan *corporate social responsibility* adalah setiap perusahaan memiliki hubungan dengan masyarakat berdasarkan nilai-nilai keadilan sosial serta tanggapan perusahaan terkait legitimasi suatu kelompok atas tindakan yang telah dilakukan perusahaan, jika ditemukannya ketidaksielarasan sistem nilai antara perusahaan dengan masyarakat maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya yang dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan, oleh karena itu pengungkapan *corporate social responsibility* dijalankan perusahaan untuk membangun, mempertahankan serta melegitimasi kontribusi perusahaan dari bidang ekonomi, sosial dan politik.

#### **2.1.4 Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate social responsibility* adalah tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Wibisono, 2007:8), sedangkan menurut Untung (2009:1), *corporate social responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan

menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Tujuan suatu perusahaan dalam dunia bisnis tidak hanya berpacu untuk mendapat sebuah keuntungan, melainkan harus memperhatikan kondisi lingkungan sosial perusahaan atas dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional suatu perusahaan. Oleh karena itu setiap perusahaan diharapkan bukan hanya memfokuskan pada kepentingan perusahaan dan kepentingan pemilik saham, namun perusahaan juga harus mementingkan kepentingan konsumen, karyawan, masyarakat dan lingkungan sosial (Sari, 2014). Dengan menjalankan kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan akan mendapatkan sebuah eksistensi dimata *stakeholder*.

*Corporate social responsibility* adalah interaksi yang dilakukan oleh perusahaan dengan masyarakat yang bertujuan untuk menghasilkan sebuah kepercayaan yang diperoleh perusahaan yang didasari dengan budaya dan etika bisnis (Rudito dan Famiola, 2013:1). *Corporate social responsibility* berperan sebagai daya tarik investor untuk meningkatkan nilai perusahaan, karena program *corporate social responsibility* dapat menjadikan sebuah ketertarikan investor terhadap perusahaan dalam melakukan investasi atau menanamkan modalnya. Investor akan menilai sebuah perusahaan berdasarkan kontribusi yang telah dilakukan perusahaan terhadap lingkungan sosial perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* merupakan sebuah bentuk tanggung jawab sosial suatu perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan yang dijalankan

berdasarkan nilai dan norma yang berlaku, untuk memperoleh sebuah kepercayaan dari *stakeholder* yang berkaitan dengan meningkatkan minat investor untuk menanamkan modalnya pada suatu perusahaan. Adapun manfaat *corporate social responsibility* bagi masyarakat yaitu :

1. Meningkatnya kesejahteraan masyarakat sekitar dan kelestarian lingkungan.
2. Adanya beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut.
3. Meningkatnya pemeliharaan fasilitas umum.
4. Adanya pembangunan desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak khususnya bagi masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.

Adapun manfaat *corporate social responsibility* bagi perusahaan yaitu :

1. Meminimalkan Risiko Bisnis.
2. Menjaga hubungan baik dengan *Stakeholder*.
3. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
4. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
5. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
6. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merk perusahaan.
7. Peluang mendapatkan penghargaan.
8. Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan.
9. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
10. Meningkatkan harga saham.

Menurut Crowther David (2008:201) mengemukakan tentang prinsip-prinsip *corporate social responsibility* menjadi 3 yaitu:

1. *Sustainability*, berkaitan dengan cara perusahaan dalam melakukan kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan.
2. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.
3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

#### **2.1.5 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Laporan tahunan memuat informasi baik keuangan maupun non keuangan dan digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan serta digunakan sebagai akuntabilitas kinerja manajemen atas pengelola perusahaan kepada investor (Siregar dan Priantinah, 2017). Didalam laporan tahunan perusahaan, salah satu hal yang dibahas atau dipaparkan adalah laporan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang berisi pengungkapan tanggung jawab sosial yang telah

dijalankan perusahaan yang mencerminkan tingkat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sosial. Pengungkapan kaitannya dalam laporan keuangan, mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha. Dengan demikian, informasi tersebut harus lengkap, jelas, serta mampu menggambarkan secara tepat, mengenai kejadian-kejadian ekonomi yang berpengaruh terhadap hasil operasi unit usaha (Ghozali dan Chariri, 2014).

Menurut Hery (2012:143) pengungkapan *corporate social responsibility* sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, atau *social accounting* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Di Indonesia pengungkapan *corporate social responsibility* termuat dalam PSAK No. 1 Tahun 2013 yang membahas tentang penyajian laporan keuangan yaitu perusahaan dapat menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup serta laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memiliki peran penting dan bagi industri yang menganggap bahwa pegawai sebagai pengguna yang memegang peran penting (Penggabean dan Tandiontong, 2017).

Pengungkapan CSR dijalankan perusahaan untuk memberi kepuasan terhadap *stakeholder*, karena dengan dilaksanakannya pengungkapan CSR yang baik maka akan memberikan tingkat kepuasan *stakeholder* sehingga

akan memberikan sebuah dukungan kepada perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam mencapai laba yang maksimal, sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial dijadikan sebagai bahan motivasi bagi perusahaan untuk melaksanakan pengungkapan CSR terhadap lingkungan masyarakat sekitar perusahaan (Kusuma, 2017).

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia adalah merujuk standar yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, dan pemanfaatan sustainability reporting. *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (Maharesti, 2018). Indikator- indikator yang terdapat dalam GRI yang digunakan dalam penelitian yaitu:

- a) Indikator Kinerja Ekonomi ( *Economic performance indicator* )
- b) Indikator Kinerja Lingkungan ( *Environment performance indicator* )
- c) Indikator Kinerja Sosial ( *Social performance indicator* )

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan sebuah informasi yang memuat serangkaian kegiatan-kegiatan tanggung jawab sosial yang dijalankan perusahaan yang terlampir dalam laporan tahunan perusahaan yang dapat

digunakan para *stakeholder* untuk menilai seberapa besar bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan.

### 2.1.6 Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2018:196). Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Pada dasarnya penggunaan rasio ini yakni menunjukkan tingkat efisiensi suatu perusahaan. Profitabilitas adalah kesanggupan suatu perusahaan dalam memperoleh sebuah laba atau keuntungan dalam kegiatan bisnis untuk meningkatkan nilai *stackholder* (Sartono, 2010:122). Perusahaan yang menghasilkan profit besar akan berdampak pada semakin tingginya pengungkapan CSR.

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan modal untuk memperluas usahanya, jika tingkat profitabilitasnya rendah maka akan menyebabkan investor menarik modalnya kembali. Sedangkan bagi perusahaan, profitabilitas dapat digunakan sebagai efektivitas pengelolaan usaha tersebut. Tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar pula, sehingga perusahaan mampu meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaannya, serta

mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan (Andriana dan Anggara, 2019).

Menurut Kasmir (2018:197), manfaat penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yakni :

- a) Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode
- b) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- c) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu
- d) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
- e) Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri

Ada beberapa rasio profitabilitas yaitu: *Gross Profit Margin (GPM)*, *Operating Profit Margin*, *Net Profit Margin (NPM)*, *Return On Investment (ROI)*, *Return On Equity (ROE)*, *Return On Asset (ROA)*, *Earning Power*. Rasio yang digunakan dalam analisis ini adalah *Return On Asset (ROA)*. Menurut (Sawir, 2005:18) *Return On Assets (ROA)* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar ROA suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan sebuah laba pada suatu periode tertentu yang diperoleh dari aset, ekuitas dan

penjualan dengan tujuan untuk meningkatkan perkembangan perusahaan untuk meningkatkan penilaian para *stakeholder*.

### **2.1.7 Kepemilikan Publik**

Kepemilikan publik (*public shareholding*) adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik/masyarakat terhadap saham perusahaan di Indonesia. Menurut Jefskin (2003:8), publik adalah kelompok atau orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi baik secara internal maupun eksternal. Publik adalah pihak individu yang memiliki saham dibawah 5% yang berada di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Menurut Suchman (1995:571), kepemilikan publik adalah kepemilikan oleh investor individual di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan sedangkan menurut Wijayanti (2009:20), kepemilikan publik adalah proporsi atau jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat umum yang tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan.

Informasi keuangan yang disampaikan manajemen, oleh para investor digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen dan kondisi perusahaan di masa yang akan datang guna mengurangi risiko investasi. Agar publik mau berinvestasi pada perusahaan dan percaya terhadap rendahnya risiko investasi, maka perusahaan harus menampilkan keunggulan dan eksistensi perusahaan terhadap publik. Salah satu caranya adalah mengungkapkan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin besar saham yang dimiliki publik, maka akan semakin banyak pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan, sehingga semakin banyak pula butir-butir

informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan maka investing dapat memperoleh informasi seluas-luasnya tentang tempat berinvestasi serta dapat mengawasi kegiatan manajemen, sehingga kepentingan dalam perusahaan terpenuhi.

### **2.1.8 Ukuran Perusahaan**

Ukuran Perusahaan dapat memberikan gambaran kekuatan finansial yang dimiliki dan kemampuan perusahaan dalam menangani resiko yang mungkin dapat timbul dalam menangani resiko yang mungkin dapat timbul dalam aktivitas bisnisnya, perusahaan yang memiliki ukuran yang besar cenderung akan memiliki kontrol yang lebih besar terhadap potensi pasar. Menurut (Riyanto, 2010:235), Ukuran perusahaan adalah nilai besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, sedangkan menurut (Hartono, 2008:14), Ukuran Perusahaan diartikan sebagai skala penentu besar kecilnya sebuah perusahaan yang dinilai berdasarkan total aktiva yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Semakin besar aktiva maka semakin banyak perputaran uang semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan dikenal masyarakat (Abbas dkk, 2018).

Keputusan ketua BAPEPAM Nomor Kep-11/PM/1997 mengatur ukuran suatu perusahaan tentang perubahan peraturan nomor IX. C7, yang

dijelaskan bahwa ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan tidak lebih dari seratus miliar rupiah untuk perusahaan menengah atau kecil yang berdiri di Indonesia. Perusahaan dengan ukuran yang besar mempunyai total aset yang besar, sehingga dengan total aset yang dimiliki kinerja perusahaan dapat berjalan secara optimal sehingga perusahaan sangat mampu menjalankan CSR. Perusahaan yang selalu termotivasi untuk melaksanakan kegiatan *Corporate social responsibility* adalah perusahaan yang memiliki ukuran yang besar, dan manajemen sebagai pengawas jalannya pelaksanaan *corporate social responsibility* yang diindikasikan sebagai pembangunan yang bersifat *sustainability*.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan sebuah indikator penilaian besar kecilnya suatu perusahaan, yang dapat diukur melalui logaritma natural dari total aset ( $L_n$  total asset). Total asset dijadikan sebagai indikator ukuran perusahaan karena sifatnya jangka panjang dibandingkan dengan penjualandapat diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena perusahaan yang memiliki total aset yang cukup besar akan menjalankan berbagai kegiatan yang diantaranya merupakan kegiatan *corporate social responsibility* yang termuat dalam laporan pengungkapan *corporate social responsibility*.

### **2.1.9 Komisaris Independen**

Keberadaan dewan komisaris independen didalam suatu perusahaan tak lepas dari pemenuhan kewajiban suatu perusahaan dalam melaksanakan

tata kelola perusahaan yang baik. Komisaris Independen menurut Pasal 120 ayat (2) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseoran Terbatas (“UUPT”) adalah “Komisaris dari pihak luar”. Pasal 120 ayat (2) UUPT juga mengatur bahwa Komisaris Independen diangkat dari pihak yang tidak terafiliasi dengan pemegang saham utama, anggota Direksi dan/atau anggota Dewan Komisaris lainnya sedangkan menurut Sukrisno dan Ardana (2014:110), komisaris independen merupakan pihak yang ditunjuk tidak dalam kapasitas mewakili pihak manapun dan semata-mata ditunjuk berdasarkan latar belakang pengetahuan, pengalaman, dan keahlian profesional yang dimilikinya untuk sepenuhnya menjalankan tugas demi kepentingan perusahaan.

Pengungkapan *corporate social responsibility* dipengaruhi adanya komisaris independen yang dapat memberikan pengendalian dan pengawasan terhadap pelaporan *corporate social responsibility*. Komisaris Independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak memiliki hubungan secara langsung maupun secara tidak langsung dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan (KNKG, 2006:13). Tanggung jawab dewan komisaris independen yaitu mendorong diterapkannya prinsip *good corporate governance* di dalam perusahaan melalui pemberdayaan dewan komisaris agar dapat melakukan tugas pengawasan dan pemberian nasihat kepada para direksi secara efektif serta memastikan bahwa perusahaan telah melaksanakan tata kelola perusahaan

yang baik sesuai dengan aturan yang berlaku. Namun demikian, dewan komisaris tidak boleh turut serta dalam mengambil keputusan operasional.

Menurut Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2005:382) menyatakan semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, semakin mudah untuk mengendalikan *chief executives officer* (CEO) dan semakin efektif dalam memonitor aktivitas manajemen. Perusahaan dengan ukuran dewan komisaris yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan maka semakin luas perusahaan tersebut melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Dewan komisaris dapat terdiri dari komisaris yang tidak berasal dari pihak terafiliasi yang dikenal sebagai komisaris independen dan komisaris yang terafiliasi.

Berdasarkan pedoman umum *good corporate governance* yang dikeluarkan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG, 2006:13), Komisaris independen adalah komisaris yang tidak berasal dari pihak terafiliasi atau tidak mempunyai hubungan bisnis dan kekeluargaan dengan pemegang saham pengendali, anggota direksi, dan komisaris serta perusahaan itu sendiri yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan. Keberadaan komisaris independen dimaksudkan agar keputusan perusahaan dapat diambil secara efektif, tepat, dan independen.

Keberadaan komisaris independen telah diatur dalam peraturan BEJ yang mewajibkan perusahaan yang sahamnya tercatat di BEJ untuk memiliki

dewan komisaris independen sekurang-kurangnya 30% dari seluruh jajaran anggota Dewan Komisaris (Peraturan BEJ tanggal 19 Juli 2004). Komisaris independen diperlukan untuk meningkatkan independensi dewan komisaris terhadap kepentingan pemegang saham dan benar-benar menempatkan kepentingan perusahaan di atas kepentingan lainnya. Komisaris independen dapat melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Maka, komposisi komisaris independen yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melaksanakan pengungkapan *corporate social responsibility*.

## 2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Indraswari dan Astika (2015) dengan judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2011-2012”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran perusahaan dan kepemilikan saham publik. Sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif sedangkan kepemilikan saham publik berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan.

Gunawan dan Apriwenni (2019) dengan judul penelitian “Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social*

*Responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *likuiditas*, *leverage*, *media exposure*. sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *likuiditas* dan *media exposure* berpengaruh signifikan sedangkan profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Putri (2013) dengan judul penelitian “Pengaruh *Corporate Governance* dan Karakteristik Perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan di dalam *Sustainability Report* (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI) tahun 2008-2011”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dewan komisaris independen, kepemilikan asing, ukuran perusahaan, umur perusahaan sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility* dalam *sustainability report*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dewan komisaris independen dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, kepemilikan asing berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Putri dan Baridwan (2013) dengan judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi

Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI tahun 2010-2012”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Equity* (ROE), *Return on Asset* (ROA) sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Return n Asset* (ROA) dan *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh positif sedangkan *Return on Equity* (ROE) berpengaruh negatif.

Sari (2014) dengan judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas, Proporsi Dewan Komisaris Independen dan Kepemilikan Saham Asing Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI tahun 2008-2012”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, dewan komisaris independen, kepemilikan saham asing sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif sedangkan dewan komisaris independen dan kepemilikan saham asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Abbas, dkk (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2014 - 2017.” Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran

perusahaan, leverage, dan kepemilikan saham publik sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas melalui *Return on Asset* (ROA), ukuran perusahaan berpengaruh positif, kepemilikan saham publik berpengaruh negatif dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kusuma (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2015.” Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage* dan kepemilikan saham publik sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Siregar dan Priantinah (2017) dengan penelitian berjudul “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Pertmbangan yang Terdaftar di BEI tahun 2013-2014.” Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran komite audit, dewan komisaris

independen, komposisi kepemilikan institusi, komposisi kepemilikan asing, komposisi kepemilikan publik sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran komite audit dan komposisi kepemilikan asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, komposisi kepemilikan publik berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan dewan komisaris independen dan komposisi kepemilikan institusi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Nugroho dan Yulianto (2015) dengan penelitian berjudul “Pengaruh Profitabilitas dan Mekanisme *Corporate Governance* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan yang Terdaftar di JII tahun 2011-2013”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen dan ukuran komite audit sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif, sedangkan profitabilitas, kepemilikan asing, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen dan ukuran komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Yuliana, dkk (2008) dengan penelitian berjudul “Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social*

*Responsibility* dan Dampaknya terhadap Reaksi Investor”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, konsentrasi kepemilikan, *abnormal return*, volume perdagangan saham sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profil perusahaan dan konsentrasi kepemilikan berpengaruh terhadap tingkat keluasan pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap tingkat keluasan pengungkapan *corporate social responsibility*, dan *abnormal return*, volume perdagangan saham berpengaruh positif terhadap tingkat keluasan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Wahyuningsing dan Marinda (2018) dengan penelitian berjudul “Pengaruh *Size*, *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2010-2012.” Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *size*, *leverage* dan profitabilitas sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Japoetra dan Susanto (2020) dengan penelitian yang berjudul “Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Tata Kelola tahun 2014-2016)”. Variabel bebas

yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan publik, dewan komisaris independen, komite audit, ukuran dewan sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan publik, ukuran dewan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan kepemilikan manajerial, komite audit, dewan direksi independen berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penggabean dan Tandiontong (2017) dengan penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Fundamental dan Mekanisme *Corporate Governance* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *likuiditas*, *profitabilitas*, kepemilikan saham publik, *leverage*, ukuran perusahaan, dewan komisaris, dewan komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa *likuiditas*, *profitabilitas*, dewan komisaris, kepemilikan manajerial, kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan *leverage*, ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, dewan komisaris independen berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Andriana dan Anggara (2019) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* periode 2014-2016”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan kepemilikan saham publik sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan *leverage* dan kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Asiah dan Minuruddin (2018) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Asing, dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014)”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, dan dewan komisaris independen sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sedangkan dewan komisaris independen, kepemilikan

manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Maharesti (2018) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kinerja Lingkungan dan Liputan Media terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Menerbitkan Laporan *Corporate Social Responsibility* dan Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016)”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, profitabilitas, kinerja lingkungan dan liputan media sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas, kinerja lingkungan dan liputan media berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Lamia, dkk (2014) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Porsi Kepemilikan Saham Publik dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Food & Beverages yang Listing Di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2012”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, porsi kepemilikan saham publik dan ukuran dewan komisaris sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan

analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage*, porsi kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *corporate social responsibility* sedangkan ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Badjuri (2011) dengan penelitian yang berjudul “Faktor-faktor Fundamental, Mekanisme *Corporate Governance* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *likuiditas*, profitabilitas, *leverage*, kepemilikan publik, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dan komite audit sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage*, *likuiditas*, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sedangkan dewan komisaris independen, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Santioso dan Chandra (2012) dengan judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen dalam Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah

profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, umur perusahaan, dan dewan komisaris independen sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sedangkan *leverage*, umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Rindawati dan Asyik (2015) dengan judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan saham publik sedangkan variabel terikatnya pengungkapan *corporate social responsibility*. Data diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan *leverage*, dan kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel yang digunakan yaitu profitabilitas, kepemilikan saham publik, ukuran perusahaan, dan dewan komisaris independen sebagai variabel bebas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel

terikat, sedangkan perbedaanya terletak pada tempat, populasi, sampel dan tahun penelitian.

Adapun ringkasan penelitian sebelumnya dapat dilihat pada Tabel 2.1 pada lampiran 1.

