

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini dunia industri terus mengalami perkembangan setiap tahunnya, hal ini menyebabkan persaingan dunia usaha terutama di sektor perekonomian semakin meningkat. Semakin berkembangnya dunia usaha, maka persaingan antar satu perusahaan dengan perusahaan lainnya semakin meningkat dan semakin ketat. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, perusahaan harus dapat mengelola seluruh aktiva yang dimiliki dan kewajiban- kewajibannya semaksimal mungkin. Sehingga kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik sesuai *planning* awal perusahaan itu didirikan.

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia. Perusahaan manufaktur berkontribusi di dalam pengelolaan barang mentah menjadi barang setengah jadi maupun barang jadi yang mempunyai nilai jual. Terdapat 9 sektor perusahaan yang bergerak di PT Bursa Efek Indonesia salah satunya perusahaan sub sektor makanan dan minuman. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor usaha yang terus mengalami pertumbuhan, volume kebutuhan terhadap makanan dan minuman terus meningkat yang disebabkan oleh kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menikmati makanan siap saji.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam zaman sekarang ini sudah menjadi fenomena global. Hal ini tidak terlepas dari tuntutan masyarakat agar perusahaan lebih peduli terhadap lingkungan. Masyarakat menyadari bahwa aktivitas yang dilakukan perusahaan akan berdampak langsung pada lingkungan sosial mereka. Perusahaan saat ini tidak hanya memiliki tanggung jawab pada kondisi keuangan (*single bottom line*), tetapi perusahaan harus berpijak pada (*triple bottom lines*), yaitu nilai perusahaan dilihat dari keterkaitan antara, aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*). CSR sebenarnya mempunyai tujuan yang sangat penting di dalam menjaga pembangunan perekonomian berkelanjutan. Pada prinsipnya CSR adalah suatu upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan. Selain itu, penerapan CSR juga bertujuan agar perusahaan dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Pada awalnya pengungkapan CSR ini merupakan kegiatan sukarela yang dilakukan perusahaan. Akan tetapi, permasalahan ini terus berkembang sehingga pemerintah mengeluarkan regulasi mengenai CSR, setidaknya terdapat 7 regulasi yang mengatur CSR, yakni : (1) Keputusan Menteri BUMN Per05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL); (2) Undang-Undang

Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, pasal 74; (3) Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan; (4) Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007 pasal 15 (b); (5) Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001; (6) Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin, Undang-undang ini tidak membahas secara khusus peran dan fungsi 1 2 perusahaan dalam menangani fakir miskin, melainkan terdapat klausul dalam pasal 36 ayat 1, dan yang terakhir; (7) Peraturan Menteri Sosial RI Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum tanggung jawab dunia usaha dalam penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial. Dengan adanya regulasi tersebut, perusahaan diwajibkan untuk mengungkapkan kegiatan CSR. Selain mengejar keuntungan, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat serta turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan. Hal ini mengindikasikan perusahaan boleh berlanjut sebagai entitas pencetak laba sepanjang tidak merusak lingkungan dan sosial. Substansi keberadaan tanggung jawab sosial muncul dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan dengan membangun kerjasama antar *stakeholders* yang terkait.

Good Corporate Governance (GCG) merupakan seperangkat peraturan dalam rangka pengendalian perusahaan untuk menghasilkan *value added* bagi para *stakeholders* karena dengan adanya GCG akan terbentuk pola kerja manajemen yang transparan, bersih, dan professional. Pada era globalisasi ini, perkembangan teknologi yang semakin maju dan modern menimbulkan persaingan yang sangat kompetitif di dalam dunia usaha. Efek dari persaingan tersebut mengharuskan perusahaan untuk

menjaga serta meningkatkan kinerjanya karena kinerja perusahaan merupakan hal dasar yang dilihat oleh investor dalam menilai suatu perusahaan (Nugroho dan Raharjo, 2013). Perusahaan dengan pengelolaan yang baik dan transparan, berarti sudah menerapkan implementasi GCG, maka perusahaan dituntut secara hukum untuk menerapkan prinsip GCG seperti yang tersirat dalam Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia yang diterbitkan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) pada tahun 2006 di Indonesia. diantaranya: Transparansi, Akuntabilitas, Responsibilitas, Independensi, Kewajaran dan Kesetaraan. *Good Corporate Governance* dalam penelitian ini di proksikan dengan masa jabatan seorang direksi, ukuran dewan komisaris, komisaris independen, kepemilikan manajerial dan tingkat profitabilitas.

Masa jabatan direksi merupakan pengabdian direksi selama bekerja/mengabdikan di sebuah perusahaan. Beberapa ahli teori manajemen strategis mengemukakan pendapat bahwa direksi yang memiliki masa jabatan yang lama dapat memberikan tambahan pengalaman, selain itu direksi yang lama masa jabatannya didapati memiliki kualitas dan kinerja yang lebih baik karena tidak memerlukan waktu lama untuk memahami kondisi intern perusahaan dan melakukan rumusan strategis eksteren perusahaan dalam meningkatkan pengungkapan CSR (Huang, 2013). Hasil penelitian Huang (2013) mendukung peneliti Vafeas (2003) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa semakin lama masa jabatan pengabdian direksi dapat memberikan pengalaman, kompetensi, dan komitmen yang lebih besar. Hal tersebut dikarenakan dengan masa jabatan direksi yang lama maka, direksi

memiliki lebih banyak pengetahuan mengenai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Huang (2013) yang menyatakan masa jabatan direksi sebagai variabel kontrol berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Hasil yang tidak konsisten ditunjukkan oleh *managerial entrenchment* yang di proksikan dengan masa jabatan seorang direksi berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility* (Handajani, *et al.*,2014).

Dewan komisaris memegang peranan penting terhadap perusahaan, terutama dalam tata kelola perusahaan yang baik. Dewan komisaris bertugas dan bertanggungjawab untuk melaksanakan pengawasan dan memberikan nasihat kepada dewan direksi. Dewan komisaris ditunjuk oleh RUPS dan dalam UU No. 40 Tahun 2007 (Rahmawati, 2012). Ukuran dewan komisaris terdiri dari dewan komisaris independen yang tidak terafiliasi dengan pemegang saham, direksi, dan perusahaan itu sendiri, ukuran dewan komisaris dalam hal ini merupakan jumlah dewan komisaris yang dimiliki perusahaan. Apabila semakin banyak anggota dewan komisaris maka akan semakin meningkatkan pengendalian didalam kinerja perusahaan dan akan menekan manajemen dalam mengungkapkan pertanggungjawaban sosial (Nurfadilah dan Sagara, 2015). Berdasarkan pemikiran tersebut, maka ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini didukung juga oleh penelitian Pradnyani dan Sisdyani (2015) yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Komisaris independen merupakan komisaris yang tidak berasal dari pihak terafiliasi atau tidak mempunyai hubungan bisnis dan kekeluargaan dengan pemegang saham pengendali, anggota direksi dan dewan komisaris lain, serta dengan perusahaan itu sendiri (Putri, 2013). Keberadaan komisaris independen berperan untuk meningkatkan independensi dewan komisaris terhadap kepentingan pemegang saham, dalam hal ini komisaris independen diharapkan dapat bersikap netral terhadap segala kebijakan yang dibuat oleh direksi. Terdapat hasil yang tidak konsisten ditunjukkan pada dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* karena besar atau kecilnya proporsi komisaris independen yang ada dalam dewan komisaris tidak menjamin perusahaan akan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* yang lebih luas karena banyak anggota dewan komisaris independen tidak dapat menunjukkan independensinya atau sebenarnya tidak independen, sehingga fungsi pengawasan tidak dapat berjalan dengan baik (Fitri, 2013).

Kepemilikan manajerial merupakan faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam melaksanakan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Kepemilikan manajerial didefinisikan sebagai persentase yang berkaitan dengan saham yang dimiliki oleh manajer dan direksi suatu perusahaan (Trisnawati dkk, 2014). Kepemilikan manajerial memperoleh keuntungan khususnya atas biaya CSR dari pemegang saham lainnya,. Tingkat kepemilikan manajemen yang tinggi cenderung ditetapkan untuk bertahan, hal ini dikarenakan manajemen dapat melakukan program CSR dengan mudah, karena semakin tinggi tingkat kepemilikan

manajerial, maka semakin tinggi juga untuk melakukan pengungkapan CSR. Namun beberapa penelitian sebelumnya yaitu Trisnawati (2014) dan Suaryana (2011) tidak berhasil membuktikan adanya pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan CSR.

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR (Putri, 2013). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik. Nilai profitabilitas ini nantinya dapat mengetahui apakah perusahaan telah efisien memanfaatkan aktivitya dalam kegiatan operasional perusahaan atau tidak. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi kinerja yang baik dan memiliki posisi persaingan yang kuat. Hal ini akan memicu reaksi dari para *stakeholder* untuk mendorong perusahaan dalam melakukan pencapaian usaha perbaikan dan kepedulian terhadap masalah lingkungan dan sosial. Salah satu bentuk implementasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi perannya kepada pihak *stakeholder* adalah dengan melaksanakan CSR. Beberapa penelitian yang terkait dengan pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) telah dilakukan oleh Sulastri, Putra, dkk. (2011), Novita, dkk. (2015), meita, dkk. (2015) Hasil penelitian menjelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Sedangkan menurut Azwir, dkk. (2013), hasil penelitian menjelaskan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).

Peneliti memilih *corporate social responsibility* karena dewasa ini berbagai permasalahan muncul akibat pencemaran lingkungan dan penyimpangan yang disebabkan oleh aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat ataupun para pelaku usaha. dikarenakan masyarakat dan para pelaku usaha tidak *respect* akan kebersihan lingkungan di sekitar, hal ini dapat memberikan dampak negatif terhadap lingkungan karena kurangnya kesadaran di dalam menjaga lingkungan oleh karena itu diperlukan tata kelola perusahaan yang baik untuk bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan terhadap masyarakat sekitar. Penelitian mengenai pengaruh *good corporate governance* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* telah banyak dilakukan, namun menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Adanya hasil yang tidak konsisten dari penelitian-penelitian sebelumnya menyebabkan penelitian ini kembali dilakukan. Peneliti memilih perusahaan manufaktur karena di era globalisasi saat ini dunia industri terus mengalami perkembangan setiap tahunnya, terutama pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terus mengalami peningkatan yang dikarenakan masyarakat saat ini lebih tertarik dengan mengkonsumsi makanan siap saji oleh karena itu peran dari tata kelola perusahaan sangatlah penting karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang mengubah barang mentah menjadi barang jadi melalui proses produksi. Dengan demikian proses produksi tersebut akan menimbulkan limbah dan pencemaran lingkungan

1.2 Rumusan Permasalahan

Dari pemaparan latar belakang sebelumnya yang menjadi pokok permasalahan adalah sebagai berikut :

1. Apakah masa jabatan direksi berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah komisaris independen berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
4. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
5. Apakah tingkat profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan di atas, tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh masa jabatan direksi terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan subsektor industri konsumsi makanan dan minuman tahun 2019-2021
2. Untuk mengetahui dan memperoleh bukti empiris pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan subsektor industri konsumsi makanan dan minuman tahun 2019-2021

3. Untuk mengetahui dan memperoleh bukti empiris pengaruh komisaris independen terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan subsektor industri konsumsi makanan dan minuman tahun 2019-2021
4. Untuk mengetahui dan memperoleh bukti empiris pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan subsektor industri konsumsi makanan dan minuman tahun 2019-2021
5. Untuk mengetahui dan memperoleh bukti empiris pengaruh tingkat profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan subsektor industri konsumsi makanan dan minuman tahun 2019-2021

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan diantaranya sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan pada bidang akuntansi dalam memilah pengaruh Masa Jabatan Direksi, Ukuran Dewan Komisaris, Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial, dan Tingkat Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur subsektor Industri Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan mengenai pengaruh Masa Jabatan Direksi, Ukuran Dewan Komisaris, Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial, dan Tingkat Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi dikemukakan pertama kali oleh Dowling dan Pfeffer (1975), Landasan dalam teori legitimasi merupakan kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dengan menggunakan sumber ekonomi, dan hubungan yang terjalin oleh pihak perusahaan harus konsisten dengan harapan masyarakat (Handriyani, 2013). Dalam perspektif teori legitimasi, suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktifitasnya jika manajemen menganggap bahwa hal ini adalah yang diharapkan komunitas. Teori legitimasi bergantung pada premis bahwa terdapat “kontrak sosial” antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi. Kontrak sosial adalah suatu cara untuk menjelaskan sejumlah besar harapan masyarakat tentang bagaimana seharusnya organisasi melakukan operasinya. Konsep kontrak sosial digunakan untuk menunjukkan harapan masyarakat tentang cara yang seharusnya dilakukan organisasi dalam melakukan aktivitas (Fitri, 2013). Dalam teori legitimasi, organisasi harus secara berkelanjutan menunjukkan bahwa telah beroperasi dalam perilaku yang konsisten dengan nilai sosial. Dengan kaitannya kontrak sosial tersebut membuat adanya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar dengan menjaga eksistensi perusahaan dan keberlangsungan kegiatan perusahaan dimasa mendatang

yang dapat diterima oleh masyarakat. Masyarakat akan selalu dapat menilai aktivitas lingkungan perusahaan dan perusahaan juga dapat memonitoring kegiatannya untuk mendapatkan keselarasan antara nilai perusahaan dengan nilai masyarakat. Atas keselarasan sistem nilai ini maka dalam pengungkapan laporan CSR diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu, mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan meningkatkan keuntungan perusahaan di masa yang akan datang (Anggitasari, 2012). Konsep legitimasi berhubungan dengan bagaimana peran legitimasi dalam kehidupan sosial, khususnya pada terbentuk dan bertahannya wewenang. Dalam pengertian secara mendasar, legitimasi adalah status atau kondisi yang terjadi ketika sistem nilai suatu entitas adalah sama dan sebangun dengan masyarakat. Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan perusahaan berada dan dapat memastikan bahwa aktifitas perusahaan diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang “sah” (Djuitaningsih, 2012).

2.1.2 Teori Keagenan

Teori keagenan (*agency*) teori pertama kali dicetuskan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976. Jensen menyatakan bahwa hubungan *agency* terjadi saat satu orang atau lebih (*principal*) memperkerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan sebuah keputusan. Teori keagenan dijadikan sebagai dasar yang digunakan untuk memahami *corporate governance*. Teori ini muncul ketika terjadi sebuah kontrak antara manajer (agen) dengan pemilik perusahaan (principal). Konflik kepentingan

antar manajer (agen) dengan pemilik (principal) akan menimbulkan adanya biaya keagenan (agency cost) (Chandra, 2017) Teori keagenan berfokus pada hubungan antara pemilik perusahaan dengan manajer perusahaan. Pihak agen dituntut untuk mencurahkan kemampuan profesionalnya dalam mengelola perusahaan. Sedangkan dari pihak prinsipal berkewajiban memberikan *fee* kepada pihak agen sebagai balas jasa. Hubungan antara pemilik dan pengelola perusahaan dapat mengarah kepada ketidakseimbangan informasi (*assymetric information*) karena pengelola perusahaan cenderung memiliki lebih banyak informasi tentang perusahaan jika dibandingkan dengan pemilik perusahaan. Dari sudut pandang teori agensi, pemilik perusahaan (principal) membawahi manajer (agent) untuk melaksanakan kinerja yang efisien. Tetapi pada kenyataannya agen dan prinsipal memiliki kepentingan yang berbeda, sehingga menyebabkan timbulnya konflik kepentingan antara pihak agen dan prinsipal. Adanya perbedaan kepentingan ini yang nantinya akan berakibat menimbulkan asimetri informasi dan juga konflik kepentingan antara agen dan principal, dimana masing-masing pihak berusaha memperbesar keuntungan bagi dirinya sendiri (Arrazzaq, 2017). *Corporate governance*, merupakan konsep yang didasarkan pada teori keagenan sebagai kerangka pengendalian internal yang dapat mengurangi adanya *agency problem*, konsep ini berkaitan dengan bagaimana para investor memiliki keyakinan bahwa manajer akan memberikan keuntungan bagi mereka serta manajer tidak akan menggelapkan atau menginvestasikan ke dalam proyek-proyek yang tidak menguntungkan berkaitan dengan dana yang telah ditanamkan (Fitri, 2013).

2.1.3 *Corporate Social Responsibility*

Murniati (2013) Perusahaan dalam menerapkan corporate social responsibility (CSR), umumnya akan melibatkan partisipasi masyarakat, baik sebagai objek maupun sebagai subjek program corporate social responsibility (CSR). Hal ini dikarenakan masyarakat adalah salah satu pihak yang cukup berpengaruh dalam menjaga eksistensi suatu perusahaan. Masyarakat adalah pihak yang paling merasakan dampak dari kegiatan produksi suatu perusahaan, baik itu dampak positif ataupun negatif. Dampak ini dapat terjadi dalam bidang sosial, ekonomi, politik maupun lingkungan. Dengan menerapkan corporate social responsibility (CSR), diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Pengungkapan informasi corporate social responsibility (CSR) dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis.

Dalam Undang-undang PT No.40 Tahun 2007 pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang baru yang menyebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para pemangku kepentingan terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya (Sitorus, 2014). *Corporate Social Responsibility* pada intinya merupakan suatu upaya tanggung jawab perusahaan atau organisasi serta berkelanjutan atas

dampak yang ditimbulkan dari keputusan dan aktivitas yang telah diambil dan dilakukan oleh organisasi tersebut, dimana dampak itu pastinya akan dirasakan atau berpengaruh kepada pihak-pihak yang terkait terutama masyarakat dan lingkungan (Fitri, 2013).

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) menyatakan CSR merupakan komitmen bisnis untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan karyawan, keluarga dan juga masyarakat setempat guna meningkatkan kualitas hidup mereka. Jo dan Harjoto (2012), mengartikan CSR sebagai tindak lanjut bagi perusahaan-perusahaan di dalam penerapan Good Corporate Governance (GCG) yang efektif sehingga dapat mewujudkan sustainability yang tercipta melalui implementasi bisnis yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan. Gonzalez-Perez (2013) memberikan gambaran teoretis dan konseptual tentang CSR agar perusahaan dapat meningkatkan pemahaman terkait CSR dalam konteks bisnis internasional dan memastikan adanya dampak positif yang timbul dari tindakan CSR tersebut. Pengungkapan CSR bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan para pemangku kepentingan lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan kepedulian dalam setiap aspek kegiatan operasinya (Djuitaningsih. 2012). Adapun manfaat CSR bagi perusahaan:

1. Meningkatkan Citra Perusahaan

Dengan melakukan kegiatan CSR, konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat.

2. Memperkuat “Brand” Perusahaan

Melalui kegiatan memberikan *product knowledge* kepada konsumen dengan cara memberikan produk secara gratis, dapat menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi brand perusahaan.

3. Mengembangkan Kerja Sama dengan Para Pemangku Kepentingan.

Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri, jadi harus dibantu dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat dan universitas lokal. Maka perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.

4. Membedakan Perusahaan dengan Pesaingnya.

Jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan komparatifnya sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.

Munawaroh (2014) mengatakan *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Hal ini harus diperhatikan karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan yang tumbuh secara berkelanjutan atau sustainable (Dewi dan Darma,

2019) . Saat ini sustainable report perusahaan-perusahaan hamper di seluruh dunia disusun dengan menggunakan standar pelaporan yang di usulkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI dalam standar pelaporannya memperhatikan tiga indikator yaitu indikator ekonomi/ keuangan, indikator lingkungan, dan indikator sosial. Dalam hal ini akan memunculnya kesadaran bahwa kegiatan produksi suatu perusahaan secara tidak langsung memberikan dampak negatif bagi lingkungan sosial maupun lingkungan fisik di sekitar tempat kegiatan produksi, yang membuat perusahaan merasa penting untuk melakukan kegiatan yang bersifat sosial (Sari, 2017; Darma, 2016).

2.1.4 Good Corporate Governance

Good corporate governance mengatur pembagian tugas agar perusahaan lebih terarah dan terkendali dalam pencapaian tujuan, pengaturan hak dan kewajiban dalam mencapai keseimbangan kewenangan dan pertanggungjawaban kepada pihak-pihak yang berkepentingan Pedoman GCG diterbitkan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) pada tahun 2006 di Indonesia. Pedoman ini diterbitkan karena adanya dorongan dari kesadaran individu sebagai pelaku bisnis dalam menjalankan praktik bisnis yang mengutamakan kelangsungan hidup perusahaan, kepentingan stakeholders, dan menghindari cara-cara menciptakan keuntungan sesaat (Winarsih, 2014). Perusahaan dengan pengelolaan yang baik dan transparan, berarti sudah menerapkan implementasi good corporate governance. Dalam mencapai hal tersebut, maka perusahaan dituntut secara hukum untuk menerapkan prinsip good corporate governance diantaranya, transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi,

kewajaran dan kesetaraan. Hal ini diharapkan tidak hanya terfokus memberikan manfaat bagi manajemen dan karyawan perusahaan, melainkan juga bagi stakeholders, konsumen, pemasok, pemerintah, dan lingkungan masyarakat terkait dengan perusahaan tersebut. Kelima prinsip tersebut diperlukan untuk membantu perusahaan agar tercapai tujuannya kelima prinsip tersebut didefinisikan sebagai berikut:

1. *Transparansi (Transparency)*

Dalam prinsip ini, perusahaan harus menyediakan informasi yang material, relevan serta akurat dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang diisyaratkan oleh peraturan perundangundangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur, dan pemangku kepentingan lainnya.

2. *Akuntabilitas (Accountability)*

Dalam prinsip ini, perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur, dan sesuai kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

3. Responsibilitas (*Responsibility*)

Dalam prinsip responsibilitas atau prinsip tanggung jawab, perusahaan harus mematuhi peraturan perundangundangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat menjalankan perusahaan dalam jangka panjang serta mendapat pengakuan sebagai good corporate citizen.

4. Independensi (*Independency*)

Untuk melancarkan pelaksanaan asas GCG, perusahaan harus dikelola secara independen dimana perusahaan harus menghindari terjadinya dominasi oleh pihak manapun, tidak dipengaruhi oleh kepentingan tertentu bebas dari *conflict of interest* dan tekanan pihak tertentu sehingga dalam pengambilan keputusan dapat dilakukan secara obyektif.

5. Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)

Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus bisa memperhatikan kepentingan pemegang saham mayoritas maupun minoritas dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan.

Fitri (2013) menyatakan prinsip-prinsip dalam *Corporate Governance* akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Meminimalkan biaya agensi dengan mengontrol konflik kepentingan yang mungkin terjadi antara prinsipal dengan agen.

2. Meminimalkan biaya modal dengan menciptakan sinyal positif kepada para penyedia modal.
3. Meningkatkan citra perusahaan.
4. Meningkatkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari biaya modal yang rendah.
5. Peningkatan kinerja keuangan dan persepsi pemangku kepentingan terhadap masa depan perusahaan yang lebih baik.

Corporate governance merupakan konsep yang diajukan demi peningkatan kinerja perusahaan melalui supervisi atau monitoring kinerja manajemen dan menjamin akuntabilitas manajemen terhadap *stakeholder* dengan berdasarkan pada kerangka peraturan. Konsep *Corporate governance* diajukan demi tercapainya pengelolaan perusahaan yang lebih transparan bagi semua pengguna laporan keuangan. *Corporate governance* juga memberikan suatu struktur yang memfasilitasi penentuan sasaran-sasaran dari suatu perusahaan dan sebagai sarana untuk menentukan teknik monitoring kinerja Raharjo (2014).

2.1.5 Masa Jabatan Direksi

Direksi diartikan sebagai organ perusahaan yang bertugas dan bertanggung jawab secara kolegalial dalam mengelola perusahaan. Masing-masing anggota direksi dapat melaksanakan tugas dengan mengambil keputusan sesuai dengan pembagian tugas dan wewenangnya. Namun pelaksanaan tugas oleh masing-masing anggota direksi tetap merupakan tanggung jawab bersama. Kedudukan masing-masing

anggota direksi termasuk direktur utama adalah setara. Dalam (KNKG, 2006) agar pelaksanaan tugas direksi dapat berjalan secara efektif perlu dipenuhi prinsip-prinsip berikut ini:

1. Komposisi direksi harus sedemikian rupa sehingga memungkinkan pengambilan keputusan secara efektif, tepat dan cepat, serta dapat bertindak independen.
2. Direksi harus professional yaitu berintegritas dan memiliki pengalaman serta kecakapan yang diperlukan untuk menjalankan tugasnya.
3. Direksi bertanggung jawab terhadap pengelolaan perusahaan agar dapat menghasilkan keuntungan dan memastikan kesinambungan usaha perusahaan.
4. Direksi mempertanggungjawabkan kepengurusannya dalam RUPS sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 menjelaskan bahwa penetapan jangka waktu jabatan direksi dan dewan komisaris tidak ditetapkan. Pasal 94 ayat 3 dan Pasal 111 ayat 3 UUPT menyatakan bahwa anggota direksi dan dewan komisaris diangkat untuk jangka waktu tertentu dan dapat diangkat kembali berdasarkan keputusan RUPS. Seorang direksi dituntut mempunyai strategi dalam mempertahankan posisi baik perusahaan dimata pemangku kepentingan maupun pemegang saham melalui kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh direksi. Dalam hal ini dapat dilakukan dengan melakukan *corporate social responsibility*,

dengan melakukan CSR dengan baik maka seorang direksi mampu mempertahankan reputasi dan *brand* perusahaan (Handajani,dkk. 2014).

Seorang direksi sangat berperan karena bertugas dan bertanggung jawab di dalam mengelola dan menjalankan kegiatan operasional perusahaan, masa jabatan direksi menunjukkan seberapa lama direksi bekerja di dalam perusahaan dan hal ini akan membawa pengaruh pengembangan kepemimpinan dan pengendalian manajemen (Setiawan, dkk 2018). Setiap direksi perusahaan memiliki masing-masing pandangan yang berbeda terhadap penerapan atau pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan yang dipimpinnya. hal ini disebabkan karena masa jabatan direksi yang pendek akan lebih mementingkan laba bagi perusahaan dahulu dibandingkan dengan mementingkan faktor masyarakat dan lingkungan dan begitupun sebaliknya masa jabatan yang panjang akan lebih mementingkan faktor masyarakat dan faktor lingkungann (Huang, 2013).

2.1.6 Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran Dewan Komisaris adalah jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan yang diukur dengan menggunakan skala rasio. Dewan komisaris sebagai organ perusahaan yang bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasehat kepada direksi serta memastikan perusahaan melaksanakan GCG sesuai dengan aturan (Nurfadilah dan Sagara, 2015). Dewan komisaris tidak boleh turut serta dalam mengambil keputusan operasional perusahaan. Kedudukan masing-masing anggota dewan komisaris adalah setara.

Tugas komisaris utama adalah *primus inter pares* yang artinya adalah mengkoordinasikan kegiatan dewan komisaris. Pengawasan yang dilakukan untuk kepentingan perseroan dan sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan. Pengawasan dan pemberian nasehat yang dilakukan oleh dewan komisaris tidak untuk kepentingan pihak atau golongan tertentu, tetapi untuk kepentingan perseroan secara menyeluruh (Fahmi, 2015). Pertanggungjawaban Dewan Komisaris kepada RUPS merupakan perwujudan akuntabilitas pengawasan atas pengelolaan perusahaan dalam rangka pelaksanaan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (Fahmi, 2015). Tugas dan tanggungjawab dewan komisaris (Fahmi, 2015) :

1. Melakukann pengawasan atas jalannya pengurusan perseroan oleh direksi serta memberikan persetujuan dan pengesahan atas rencana kerja dan anggaran tahunan perseroan.
2. Mengadakan rapat atau pertemuan secara berkala untuk membahas pengelolaan operasional Perseroan.
3. Mengawasi pengelolaan Perseroan atas kebijakan yang telah ditetapkan oleh direksi dan memberikan masukan jika diperlukan.
4. Menominasikan dan menunjuk calon anggota dewan komisaris dan direksi untuk diajukan dan disetujui dalam RUPS tahunan.
5. Menentukan jumlah remunerasi bagi anggota dewan komisaris dan direksi, berlandaskan pada wewenang yang diberikan dalam RUPS tahunan.
6. Menunjuk dan menetapkan anggota Komite Audit.

Dewan komisaris sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal perusahaan, memiliki peranan terhadap aktivitas pengawasan. Komposisi dewan komisaris akan menentukan kebijakan perusahaan termasuk praktek dan pengungkapan CSR. Dengan peraturan dan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi CSR lebih banyak, sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Sebagai wakil dari principal di dalam perusahaan, dewan komisarin dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial, karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi didalam entitas (Sukasih dan Sugiyanto, 2017).

2.1.7 Komisaris Independen

Dewan komisaris merupakan salah satu sturktur yang ada di dalam corporate governance yang berdampak pada corporate social responsibility. Alasannya dewan komisaris dengan integritas yang tinggi dirasa akan meningkatkan CSR Disclosure. Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak (Sukasih dan Sugiyanto, 2017). Dewan komisaris dalam perusahaan terdiri dari dewan komisaris independen. Dewan komisaris merupakan inti dari *corporate governance* yang ditugaskan untuk menjamin pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi manajemen dan mengelola perusahaan. Komisaris Independen dipilih berdasarkan RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) keputusan

dalam RUPS tidak berdasarkan pada jumlah suara yang biasanya satu orang satu suara tetapi berdasarkan pada jumlah saham yang dimilikinya. Komisaris Independen memiliki tugas yakni melakukan pengawasan dan memberikan masukan kepada dewan direksi. Sehingga Komisaris Independen memiliki fungsi yaitu mengawasi kualitas informasi atas kinerja Dewan Direksi dan juga untuk mengawasi kelengkapan laporan atas kinerja Dewan Direksi. Komisaris Independen memiliki posisi yang sangat penting dalam perusahaan (Sukrisno dan Cenik, 2014). Komisaris independen merupakan pihak yang ditunjuk tidak dalam kapasitas mewakili pihak mana pun dan semata – mata ditunjuk berdasarkan latar belakang pengetahuan, pengalaman, dan keahlian professional yang dimilikinya untuk sepenuhnya menjalankan tugas demi kepentingan perusahaan.

Bukhori (2012) menyatakan bahwa perusahaan yang terdaftar di bursa efek harus memiliki komisaris independen yang proporsional. Proporsional dalam artian memiliki jumlah perbandingan yang sama dengan jumlah saham yang dimiliki oleh pemegang saham minoritas (non – controlling stakeholders) minimal jumlah Komisaris Independen yakni 30% dari seluruh jumlah Dewan Direksi. Proporsi Komisaris Independen diukur dengan $\text{Komisaris independen} = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Dewan Komisaris Pemerintah}} \times 100\%$. Jumlah Dewan Komisaris Pemerintah mengatur perihal Independensi direksi perusahaan dalam aturan Bursa Efek Indonesia Nomor : Kep-305/BEI/07-2004 pasal III ayat 1.6 yang memuat syarat untuk menjadi Komisaris Independent yakni sebagai berikut :

1. Komisaris Independen tidak mempunyai hubungan afiliasi dengan Pemegang Saham Pengendali (Controlling Stakeholders) atau Pemegang Saham Mayoritas sekurang – kurangnya 6 bulan sebelum penunjukkan sebagai Komisaris tak terafiliasi dari perusahaan tercatat yang bersangkutan.
2. Komisaris Independen tidak mempunyai hubungan dengan Direktur atau Komisaris lainnya dari perusahaan tercatat yang bersangkutan.
3. Komisaris Independen tidak mempunyai kedudukan yang rangkap dalam perusahaan lain dan tercatat yang bersangkutan.
4. Komisaris Independen tidak menjadi anggota atau orang dalam pada lembaga atau profesi penunjang pasar modal yang jasanya digunakan oleh perusahaan tercatat selama 6 (enam) bulan sebelum penunjukkan sebagai Komisaris

Komposisi dewan komisaris independen yang semakin besar dapat mendorong dewan komisaris untuk bertindak obyektif dan mampu melindungi seluruh pemangku kepentingan perusahaan sehingga hal ini dapat mendorong pengungkapan CSR lebih luas (Fitri, 2013).

2.1.8 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan pemegang saham yang berarti sebagai pemilik dalam suatu perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan sebuah keputusan di perusahaan yang bersangkutan (Nurfadilah dan Sagara, 2015). Diharapkan dengan adanya keterlibatan manajer pada kepemilikan saham dapat meningkatkan kinerja manajemen yang dapat mendukung kepedulian

perusahaan terhadap lingkungan disekitarnya. Kepemilikan Manajerial adalah kepemilikan saham yang di dimiliki oleh manajemen perusahaan (Irena dan Neni, 2020). Berdasarkan teori agensi, kepemilikan manajerial dapat mengurangi konflik kepentingan antara prinsipal dan agen melalui penyelarasan kepentingan, dimana pihak manajemen tidak akan lagi bertindak mementingkan diri sendiri (self interest) dan persentase tertentu. Kepemilikan manajerial memperoleh keuntungan khusus atas biaya CSR dari pemegang saham lainnya, struktur kepemilikan modal harus memegang peranan dalam penetapan jumlah pengeluaran CSR.

Tingkat kepemilikan manajemen yang tinggi cenderung untuk tetap bertahan, dimana manajemen dapat melakukan program CSR dengan mudah. Manajemen memiliki wewenang untuk turut serta dalam pembuatan dan pengambilan keputusan sehingga bertindak lebih objektif untuk kelangsungan hidup perusahaan diharapkan perusahaan dapat meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kepemilikan manajerial adalah proporsi pemegang saham yang dimiliki oleh manajemen sehingga manajemen turut serta dalam pembuatan dan pengambilan keputusan suatu perusahaan. Keputusan yang diambil akan memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Anissa dan Machdar, 2019).

2.1.9 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Rasio

profitabilitas mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi di dalam mengungkapkan pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR), karena Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik penggambaran tingginya perolehan keuntungan perusahaan dan pertanggungjawaban sosialnya juga semakin tinggi (Fahmi, 2017). Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen pada suatu perusahaan yang ditunjukkan dari perolehan laba yang dihasilkan dari penjualan atau pendapatan investasi. Semakin tinggi nilai rasio profitabilitas menunjukkan bahwa suatu perusahaan semakin efisien dalam memanfaatkan aktivitya untuk memperoleh laba (Ngurah,dkk. 2016). Dalam penelitian ini penentuan tingkat profitabilitas menggunakan Return On Total Ekuitas (ROE) untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat modal yang dimilikii (Hanafi dan Halim, 2012). Rasio ini dihitung dengan rumus $ROE = \text{Laba Bersih setelah pajak} \times 100\%$. Tingkat Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Apabila perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi atau perusahaan memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba dengan baik, maka hal itu akan dapat menarik minat para investor untuk menanamkan dananya pada perusahaan tersebut untuk memperluas usahanya, sebaliknya jika tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya karena ragu akan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba untuknya. Sedangkan

bagi perusahaan itu sendiri profitabilitas dapat digunakan sebagai evaluasi atas efektivitas pengelolaan badan usaha tersebut.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Laksmitaningrum, & Purwanto (2013). meneliti mengenai Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan CSR (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011) Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa profitabilitas, likuiditas, ukuran dewan komisaris dan struktur kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi, leverage, ukuran perusahaan, struktur kepemilikan institusional dan struktur kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sari, dkk (2015) melakukan penelitian mengenai Pengaruh kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, return on assets (ROA) dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013. Hasil pengujian menunjukkan: (1) Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif terhadap pengungkapan corporate social responsibility, (2) Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (3) Return On Assets berpengaruh positif terhadap pengungkapan

corporate social responsibility, dan (4) Ukuran Positif berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

Yanti dan Karisma (2021). Meneliti Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility, penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019, hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility, Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility, Kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility, Leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social dan, Profitabilitas berpengaruh pengungkapan corporate social responsibility.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliyanti, L. (2019). Mengenai Pengaruh good corporate governance dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang masuk dalam pemeringkatan GCG oleh CGPI. Pengambilan sampel dengan purposive sampling dengan kriteria perusahaan termasuk ke dalam CGPI berturut turut pada tahun 2009-2012 GCG. Hasil penelitian menunjukkan bahwa GCG dan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan perusahaan.

Novi Asih (2016). Meneliti mengenai Pengaruh Good Corporate Governance terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan manufaktur

yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel masa jabatan direksi dan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Handajani *et al.* (2014) meneliti mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan : determinan dan konsekuensi, dengan mengambil sampel di perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil uji pengaruh penelitian ini menyatakan bahwa *managerial entrenchment* berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*, *corporate governance* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, sedangkan *board diversity* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* dan *intangible resource* berpengaruh positif dalam memediasi hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan.

Indraswari, dkk (2015) Meneliti mengenai Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan CSR. Populasi penelitian adalah 11 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2010-2012 dengan teknik purposive sampling dalam pemilihan sampelnya, sehingga total sampel dengan periode penelitian 3 tahun adalah 33 sampel. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh

positif, sedangkan kepemilikan saham publik, berpengaruh negatif pada pengungkapan CSR perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Rindawati & Asyik (2015) mengenai Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan kepemilikan publik terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR). Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris pengaruh profitabilitas dan mekanisme corporate governance (kepemilikan institusional, kepemilikan asing, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen dan ukuran komite audit) terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan profitabilitas, kepemilikan asing, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen dan ukuran komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Ramdhaningsih & Utama (2013). Pengaruh indikator good corporate governance dan profitabilitas pada pengungkapan corporate social responsibility . Lokasi penelitian pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di BEI tahun 2009- 2011. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris dan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan pada pengungkapan CSR, sementara kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan profitabilitas berpengaruh signifikan pada pengungkapan CSR

Manik, dkk (2020). Melakukan penelitian mengenai Pengaruh Manajemen Laba Dan Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen laba dan ukuran komite audit tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, proporsi dewan komisaris independen berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*,serta ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Susilowati dan Hartono (2019). Melakukan penelitian mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Tipe Industri, dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profil perusahaan, dan jumlah dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Disisi lain, hasil dari penelitan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

Berdasarkan uraian di atas terdapat persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Persamaan terletak pada variabel dependen yang digunakan yaitu *Corporate Social Responsibility*. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada variabel independen yang berbeda antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, selain itu perbedaan penelitian ini

dengan penelitian sebelumnya juga terletak pada teknik analisis data yang digunakan, lokasi penelitin, obyek penelitian dan tahun penelitian yang berbeda.

