

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu pengungkapan berkelanjutan diluar pengungkapan keuangan perusahaan yang berkaitan dengan karyawan, konsumen, pemegang saham maupun masyarakat. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk menguji seberapa besar pengaruh dewan komisaris, *growth*, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, adapun penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu.

1. **Husna, Uzaimi dan Trisna (2017)**

Penelitian ini mengambil topik tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada 12 perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015, dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan oleh penelitian ini adalah regresi linier berganda yang menunjukkan hasil bahwa kepemilikan institusional, kepemilikan asing, *leverage*, *growth* dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sedangkan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Persamaan:

- a. Menggunakan teknik analisis regresi linier berganda
- b. Menggunakan variabel *leverage*, *growth* dan dewan komisaris sebagai variabel independen
- c. Menggunakan perusahaan manufaktur sebagai sampel

Perbedaan:

- a. Periode sampel yang digunakan dalam penelitian sebelumnya 2013-2015 sedangkan dalam penelitian saat ini 2013-2016
- b. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen kepemilikan institusional, kepemilikan asing, ukuran perusahaan, *leverage*, *growth*, dan ukuran dewan komisaris sedangkan dalam penelitian sekarang hanya menggunakan variabel dewan komisaris, *leverage*, *growth* dan profitabilitas.

2. **Munsaidah, Andini dan Supriyanto (2016)**

Judul yang digunakan penelitian ini adalah analisis pengaruh *firm size*, *age*, profitabilitas, *leverage* dan *growth* perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *property dan real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2014 dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang menunjukkan hasil bahwa *firm size*, *age*, *leverage*, *growth* dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Persamaan:

- a. Menggunakan teknik analisis regresi linier berganda
- b. Menggunakan *leverage* dan *growth* sebagai variabel independen

Perbedaan:

- a. Sampel pada penelitian sebelumnya adalah perusahaan *property* dan *real estate* sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan manufaktur
- b. Variabel independen dalam penelitian sebelumnya menggunakan *firm size*, *age*, *leverage*, *growth* dan profitabilitas sedangkan penelitian saat ini menggunakan dewan komisaris, profitabilitas, *leverage* dan *growth*

3. Cahyani dan Suryaningsih (2016)

Penelitian ini mengambil topik tentang pengaruh *leverage*, dewan komisaris, kepemilikan asing, umur perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini mengambil sampel 55 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2014. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda yang hasilnya adalah dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Persamaan:

- a. Sampel yang digunakan sama menggunakan perusahaan manufaktur

- b. Penelitian terdahulu dan penelitian saat ini sama menggunakan teknik analisis regresi berganda
- c. Menggunakan dewan komisaris dan *leverage* sebagai variabel independen

Perbedaan:

- a. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen dewan komisaris, *leverage* dan ukuran perusahaan, sedangkan penelitian saat ini menggunakan dewan komisaris, *growth*, profitabilitas dan *leverage*.
- b. Periode sampel yang digunakan oleh penelitian terdahulu adalah 2013-2014, sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2013-2016.

4. Oktariani dan Mimba (2014)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan dan tanggung jawab lingkungan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini memilih sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada periode 2008-2012 dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan regresi linier berganda yang hasilnya menunjukkan bahwa hutang, profitabilitas dan tanggung jawab lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan, kepemilikan saham asing serta komposisi dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Persamaan:

- a. Menggunakan teknik analisis yang sama yaitu regresi linier berganda
- b. Menggunakan variabel independen dewan komisaris dan profitabilitas

Perbedaan:

- a. Variabel independen yang digunakan peneliti terdahulu menggunakan hutang, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham asing, komposisi dewan komisaris dan tanggung jawab lingkungan sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan dewan komisaris, *growth*, profitabilitas dan *leverage* saja.
- b. Sampel yang digunakan penelitian terdahulu adalah perusahaan pertambangan, penelitian saat ini menggunakan perusahaan manufaktur.

5. Sari (2013)

Penelitian ini mengambil topik tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang menganalisis pengaruh *financial leverage* dan *size* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sampel pada penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI pada tahun 2007-2010 dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan penelitian terdahulu adalah analisis regresi berganda yang menunjukkan hasil *financial leverage* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan *size* perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Persamaan:

- a. Sampel pada penelitian terdahulu dan penelitian saat ini juga menggunakan perusahaan manufaktur
- b. Teknik analisis yang digunakan sama menggunakan regresi linier berganda
- c. Menggunakan variabel independen *leverage*

Perbedaan:

- a. Pada penelitian terdahulu variabel independen yang digunakan hanya financial *leverage* dan *size*, tetapi pada penelitian sekarang menggunakan variabel yang lebih banyak yaitu dewan komisaris, *growth*, profitabilitas dan *leverage*
- b. Periode pengambilan sampel pada penelitian terdahulu adalah 2007-2010 sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2013-2016.

6. **Wakid, Triyuwono, dan Assih (2013)**

Penelitian ini melakukan penelitian tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada periode 2008-2011 dengan metode *judgement sampling*, teknik analisis yang digunakan peneliti meliputi uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda sehingga menunjukkan hasil variabel independen ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan dan ukuran dewan komisaris tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan variabel independen lainnya yaitu *leverage* memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Persamaan:

- a. Variabel dependen yang digunakan sama menggunakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
- b. Sampel yang digunakan penelitian sebelumnya dan penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur

Perbedaan:

- a. Variabel independen yang digunakan menyertakan profil perusahaan sedangkan penelitian saat ini hanya menggunakan dewan komisaris, *growth*, profitabilitas dan *leverage*
- b. Periode sampel yang digunakan dalam penelitian sebelumnya menggunakan 2008-2011 sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2013-2016
- c. Penelitian terdahulu menggunakan teknik pengambilan sampel *judgement sampling* namun penelitian saat ini menggunakan *purposive sampling*

7. Putri (2013)

Penelitian ini mengambil topik tentang pengaruh *Corporate Governance* dan karakteristik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, penelitian ini menggunakan sampel seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008-2011 yang berjumlah 463 perusahaan. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda yang menunjukkan hasil bahwa proporsi dewan komisaris

independen, proporsi kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*.

Persamaan:

- a. Penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan teknik analisis regresi liner berganda
- b. Menggunakan variabel independen dewan komisaris

Perbedaan:

- a. Sampel yang digunakan berbeda, penelitian terdahulu menggunakan seluruh perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia, namun penelitian saat ini hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- b. Variabel independen yang digunakan penelitian terdahulu adalah proporsi dewan komisaris, proporsi kepemilikan asing dan umur perusahaan sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel dewan komisaris, *growth*, profitabilitas dan *leverage*

8. Sari dan Utama (2012)

Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Utama (2012) meneliti tentang manajemen laba dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan kompleksitas akuntansi dan efektivitas komite audit sebagai variabel pemoderasi. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2012. Alat uji yang digunakan adalah uji reabilitas dan uji hipotesis, sehingga hasil yang didapatkan adalah manajemen laba dan kompleksitas

perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan efektivitas komite audit tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Persamaan:

Sampel yang digunakan sama menggunakan perusahaan manufaktur

Perbedaan:

- a. Penelitian terdahulu hanya menggunakan uji hipotesis dan uji reabilitas sedangkan penelitian saat ini menggunakan uji asumsi klasik dan regresi linier berganda
- b. Periode sampel yang digunakan penelitian terdahulu adalah tahun 2011-2012, namun penelitian saat ini menggunakan periode 2013-2016
- c. Penelitian terdahulu menggunakan variabel moderasi namun penelitian saat ini tidak menggunakan variabel moderasi

9. Kamil dan Herusetya (2012)

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh karakteristik perusahaan pada luas pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dengan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2009 dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan solvabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung

jawab sosial perusahaan dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*.

Persamaan:

- a. Menggunakan perusahaan manufaktur sebagai sampel
- b. Teknik analisis yang digunakan sama yaitu regresi linier berganda
- c. Menggunakan variabel independen profitabilitas

Perbedaan:

- a. Variabel independen yang digunakan penelitian terdahulu yaitu menggunakan profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas dan solvabilitas sedangkan penelitian saat ini menggunakan dewan komisaris, profitabilitas, *growth* dan *leverage*
- b. Periode yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah 2008-2009 namun periode pada penelitian saat ini adalah 2013-2016

10. Priantana dan Yustian (2011)

Judul yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengaruh *good corporate governance* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dengan sampel perusahaan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007-2008, dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dan regresi berganda yang hasilnya kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris dan komposisi dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, namun kepemilikan institusional dan komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab

perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*.

Persamaan:

- a. Menggunakan teknik analisis linier berganda
- b. Menggunakan variabel independen dewan komisaris

Perbedaan:

- a. Variabel independen yang digunakan penelitian terdahulu adalah kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, komposisi dewan komisaris, kepemilikan institusional serta komite audit, namun penelitian saat ini hanya menggunakan dewan komisaris, *growth*, profitabilitas dan *leverage*
- b. Penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis regresi sederhana dan regresi linier berganda, namun penelitian saat ini hanya menggunakan regresi linier berganda
- c. Sampel pada penelitian terdahulu adalah perusahaan keuangan, sedangkan penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur.

11. Rahman dan Widyasari (2008)

Penelitian ini mengambil topik tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dan menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Jakarta dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *judgement sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi, penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas,

kepemilikan manajerial, *leverage* dan karakteristik perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, akan tetapi ternyata profil perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Persamaan:

- a. Menggunakan perusahaan manufaktur sebagai sampel
- b. Menggunakan profitabilitas dan leverage sebagai variabel independen

Perbedaan:

- a. Penelitian terdahulu menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, kepemilikan manajerial, *leverage* dan karakteristik perusahaan, sedangkan penelitian saat ini hanya menggunakan variabel independen dewan komisaris, *growth*, profitabilitas dan *leverage*.
- b. Sampel pada penelitian terdahulu adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta, namun pada penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Sinyal

Teori sinyal atau *Signalling theory* mengemukakan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan dan non-keuangan. *Signalling theory* merupakan suatu tindakan yang diambil oleh manajemen dengan cara memberikan petunjuk kepada investor bagaimana cara

menilai prospek perusahaan secara kedepannya (Bringham dan Houston, 2012:184).

Signalling theory merupakan teori yang menyatakan bahwa manajer memberikan sinyal berupa perilaku yang dilakukan oleh manajer yang memiliki kinerja yang baik dan tidak mungkin dilakukan oleh manajer dengan kinerja yang buruk, dengan adanya perbedaan yang signifikan antara kedua manajer tersebut akan semakin memudahkan investor untuk memilih dan menentukan keputusan pada perusahaan mana para investor akan menanamkan sahamnya. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan lebih membantu manajer untuk memberikan sinyal baik kepada para pihak manajemen dan investor bahwa perusahaan mempunyai prospek yang bagus di masa yang akan datang.

Menurut Suwardjono (2013:583) teori sinyal memiliki peran yang menekankan informasi penting yang dapat berguna bagi para investor dalam menentukan keputusan investasi. Informasi tersebut dapat berupa keadaan saat ini maupun keadaan di masa yang akan datang serta catatan ataupun gambaran di masa lalu yang berguna dalam memperkirakan keberlanjutan perusahaan di masa yang akan datang.

Teori sinyal membahas tentang dorongan perusahaan dalam memberikan informasi kepada pihak eksternal. Dorongan tersebut muncul karena didasari oleh terjadinya asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal sehingga untuk mengurangi terjadinya asimetri informasi tersebut maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan (Bringham dan Houston, 2012:185-186). *Growth*, profitabilitas, dan

leverage dapat dilihat dalam laporan keuangan, tingkat *growth* dan profitabilitas yang tinggi serta *leverage* yang rendah dapat memberikan sinyal yang baik bagi para investor sehingga laporan keuangan sangat dibutuhkan untuk dapat menghitung *growth*, profitabilitas dan *leverage*. Keberadaan dewan komisaris dalam perusahaan memiliki peran penting agar pihak manajemen lebih disiplin dalam mengungkapkan laporan keuangan maupun non keuangan. Informasi non keuangan perusahaan yang wajib diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan yang dimuat pada laporan keuangan tahunan perusahaan.

2.2.2 Teori Legitimasi

Pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber finansial dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat. Hal yang mendasari teori legitimasi adalah kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan memperoleh sumber ekonomi. Legitimasi juga merupakan hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial juga reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan (Ghozali dan Chairiri, (2007).

Nilai-nilai sosial selalu berkembang dalam masyarakat seiring berjalannya waktu, oleh karena itu maka perusahaan diharapkan selalu menyesuaikan nilai-nilai yang dimilikinya dengan nilai yang ada dalam masyarakat disekitarnya agar tidak terjadi legitimasi gap antara perusahaan dan masyarakat. Menurut Ghozali dan

Chairiri (2007) legitimasi gap dapat terjadi dengan tiga alasan yaitu, pertama adanya perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah, kedua kinerja perusahaan berubah namun harapan masyarakat tidak berubah, ketiga kinerja perusahaan dan harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan berubah ke arah yang berbeda.

Perusahaan harus mengkomunikasikan aktivitas lingkungan dengan melakukan pengungkapan lingkungan sosial untuk tetap mendapatkan legitimasi. Pengungkapan lingkungan sosial dinilai bermanfaat untuk memulihkan, meningkatkan dan mempertahankan legitimasi yang telah diterima. Menurut Nor (2011:87) legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan di masa yang akan datang. Perusahaan akan dapat bertahan dalam jangka panjang apabila perusahaan tersebut mendapat dukungan dari masyarakat serta lingkungannya. Oleh sebab itu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dibutuhkan untuk membantu masyarakat mengetahui lebih dalam tentang aktivitas apa yang dilakukan oleh perusahaan agar memudahkan perusahaan berinteraksi dengan masyarakat dan lingkungan sekitar, melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan maka perusahaan akan dengan mudah mendapat dukungan dari masyarakat dan lingkungannya.

2.2.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab perusahaan merupakan salah satu komitmen perusahaan serta investasi untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan di masa yang akan datang. Secara tidak langsung pada dasarnya perusahaan memiliki

tanggung jawab sosial pada masyarakat di sekitar lingkungannya, baik tanggung jawab secara lingkungan, sosial maupun ekonomi.

Nor (2011:48) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial merupakan tindakan yang didasari oleh pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi yang diikuti dengan peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat luas. Sedangkan menurut Sukrisno (2009:90) perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan diawali dengan munculnya *The Triple Bottom Line*, konsep tersebut menjelaskan bahwa perusahaan tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan semata melainkan harus meliputi aspek keuangan (*profit*), aspek sosial (*people*), dan aspek lingkungan (*planet*) atau yang sering disebut dengan 3P.

Berdasarkan konsep 3P maka tanggung jawab sosial perusahaan memadukan tiga fungsi perusahaan secara seimbang yang terdiri dari fungsi ekonomis, fungsi sosial, dan fungsi alamiah. Fungsi ekonomis yaitu fungsi untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan, fungsi sosial yaitu fungsi yang berperan melalui pemberdayaan manusianya yaitu para pemangku kepentingan dalam menjaga keadilan dan menanggung beban dari aktivitas perusahaan, sedangkan yang terakhir adalah fungsi alamiah yaitu berperan menjaga kelestarian alam.

Kontribusi tanggung jawab sosial perusahaan adalah kontribusi berkesinambungan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan, yaitu bekerja sama dengan karyawan, komunitas lokal dan masyarakat untuk memperbaiki kualitas perusahaan (Hendrik, 2008:35). Oleh sebab itu muncul juga kesadaran mengurangi dampak-dampak negatif yang ditimbulkan oleh suatu perusahaan,

sehingga banyak perusahaan yang sekarang ini mengembangkan apa yang disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang disebut juga *corporate social responsibility*.

Pengungkapan dalam laporan keuangan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) (Wakid, Triyuwono, dan Assih, 2013). Pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang dikeluarkan oleh perusahaan selain pengungkapan wajib, pengungkapan ini biasanya dilakukan perusahaan karena sadar akan pentingnya masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Sedangkan pengungkapan wajib adalah pengungkapan yang harus dikeluarkan oleh perusahaan sesuai dengan aturan dan standar yang berlaku. Salah satu pengungkapan sukarela adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, pengungkapan ini dibuat semata-mata untuk menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya mementingkan urusannya dalam mencari keuntungan, melainkan perusahaan juga telah memberikan informasi kepada masyarakat, investor dan karyawan bahwa perusahaan telah memenuhi kewajibannya dalam memenuhi hak masyarakat dan juga karyawan.

Branco & Rodrigues (2006) menyatakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan berhubungan dengan isu etika dan moral yang terkait dengan perilaku dan pengambilan keputusan perusahaan dan mayoritas isu-isu seperti perlindungan lingkungan, manajemen sumber daya manusia, kesehatan dan keselamatan kerja, hubungan dengan pemasok dan pelanggan. Akhir-akhir ini mayoritas perusahaan yang ada di Indonesia semakin

giat untuk melakukan pengungkapan sukarela, salah satunya adalah pengungkapan tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI), yang kemudian CSRDI akan diukur melalui penilaian *Global Report Initiative* (GRI).

Menurut Putri (2013) pengungkapan berkelanjutan (*sustainability report*) disusun berdasarkan pedoman dari GRI yang telah dikembangkan sejak tahun 1990 dan disusun terpisah dari laporan keuangan atau laporan tahunan. PSAK no.1 tentang tanggung jawab atas laporan keuangan paragraf 9 menyatakan secara implisit dan menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah lingkungan dan sosial dalam laporan tambahan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah.

Hendrik (2008:40) menyatakan tanggung jawab sosial kini dianggap penting untuk menjadi perantara antara perusahaan dan masyarakat, karena tidak ada perusahaan yang dapat berkembang apabila berada di tengah lingkungan yang tidak menunjang pertumbuhannya. Menurut Kamil dan Herusetya (2012) manfaat yang diperoleh perusahaan dengan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan antara lain produk semakin diminati oleh konsumen dan perusahaan semakin diminati oleh investor. Beberapa manfaat lainnya, misalnya meningkatkan kemampuan perusahaan untuk memotivasi dan mempertahankan karyawan.

Teori legitimasi menyatakan perusahaan secara berkelanjutan seharusnya bertindak sesuai norma dan batas dalam masyarakat, atas usahanya tersebut perusahaan berharap agar mendapat dukungan dari masyarakat. Teori legitimasi

juga merupakan kontrak antara perusahaan dan masyarakat, perwujudan legitimasi dalam perusahaan dapat berupa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, pengungkapan tanggung jawab sosial dianggap sebagai perantara untuk membuktikan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat.

Teori sinyal menyatakan bahwa informasi yang diungkapkan oleh perusahaan secara tidak langsung akan memberikan sinyal bagi para investor. Informasi yang telah dipublikasikan secara tidak langsung akan dianalisis oleh investor mana sinyal yang baik dan mana yang merupakan sinyal buruk bagi perusahaan. Sehingga melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan maka investor akan dengan mudah menilai pertanggungjawaban yang telah dilakukan oleh perusahaan.

Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering digunakan adalah GRI (*Global reporting index*) dari *Global Reporting Initiative* yang merupakan suatu lembaga untuk mempromosikan standar yang diciptakan dengan memberikan arahan bagi setiap perusahaan dalam menerbitkan laporan berkelanjutan tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk diaplikasikan di Indonesia, maka dilakukan penyesuaian sehingga mendapatkan hasil terdapat 91 item yang termasuk kedalam kategori pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sesuai dengan kondisi di Indonesia dapat dilihat pada lampiran 1. Indikator pengungkapan GRI 4 dibagi menjadi tiga kelompok utama yaitu indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan dan indikator kinerja sosial, sehingga diperoleh rumus berikut :

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{NJ}$$

Keterangan:

CSRDI = *Corporate Sosial Responsibility Disclosure Index* (index pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan)

$\sum X_{ij}$ = "1" jika item diungkapkan dan "0" jika tidak

NJ = 91 item pengungkapan CSR dalam GRI 4

2.2.4 Dewan Komisaris

Dewan komisaris bukan merupakan anggota manajemen perusahaan, namun memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan kesuksesan perusahaan dan para pemangku kepentingan. Keberadaan dewan komisaris diharapkan dapat bersikap netral dan tidak terpengaruh terhadap segala kebijakan yang dibuat oleh manajemen, karena dewan komisaris yang bersikap netral lebih cenderung mendorong perusahaan untuk memberikan pengungkapan yang lebih luas kepada para pemangku kepentingan. Adanya dewan komisaris yang tidak berpihak pada manajemen mampu mendorong pihak manajemen lebih disiplin dalam mengungkapkan informasi yang lebih luas dan mampu memberikan sinyal baik bagi para investor sesuai dengan teori sinyal sehingga dengan adanya hal tersebut, keberadaan dewan komisaris diharapkan mampu untuk mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungannya secara lebih luas. Putri (2013) menyatakan bahwa dalam peraturan Bursa Efek Jakarta (BEJ) tanggal 19 Juli 2004 keberadaan dewan komisaris 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. Dalam penelitian ini dewan komisaris diukur dengan melihat jumlah dewan komisaris perusahaan dalam laporan tahunan, sehingga diperoleh rumus berikut:

$$\text{Dewan komisaris} = \Sigma \text{ Dewan komisaris dalam perusahaan}$$

2.2.5 Growth

Growth (pertumbuhan perusahaan) sangat penting bagi perusahaan, *growth* dapat dinilai melalui peningkatan penjualan atau peningkatan pendapatan suatu perusahaan serta peningkatan aset yang dimiliki (Toto, 2013). *Growth* dapat menunjukkan peningkatan kinerja keuangan dalam suatu perusahaan sehingga *growth* sering menarik perhatian para investor dan dijadikan bahan pertimbangan oleh para investor sebelum menanamkan sahamnya dengan *growth* yang tinggi maka perusahaan akan memiliki citra yang baik di hadapan investor (Munsaidah, Andini dan Supriyanto, 2016). Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh teori sinyal bahwa ketika perusahaan mengalami perkembangan yang baik maka respon positif akan didapat dari investor.

Perusahaan dengan *growth* yang tinggi lebih cenderung melakukan pengungkapan yang lebih luas karena dengan *growth* yang tinggi maka perusahaan akan memiliki cukup dana untuk melakukan lebih dari sekedar pengungkapan laporan keuangan salah satunya melakukan pelaporan sukarela dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang melakukan pengungkapan yang lebih luas akan lebih meyakinkan investor untuk menanamkan sahamnya karena dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan membuat para investor sadar bahwa perusahaan tidak hanya mementingkan

pertumbuhan perusahaan namun juga peduli pada lingkungan disekitarnya dengan begitu perusahaan akan lebih mudah mendapat dukungan lingkungan disekitarnya untuk keberlangsungan perusahaan di masa yang akan datang. *Growth* dapat diukur dengan aset atau penjualan, dengan rumus berikut:

1. Penjualan

$$Growth = \frac{Penjualan_t - Penjualan_{t-1}}{Penjualan_{t-1}}$$

Rasio ini menunjukkan perkembangan perusahaan dengan menghitung pertumbuhan penjualan tahun sebelumnya.

2. Total Aset

$$Growth = \frac{Total\ aset_t - Total\ aset_{t-1}}{Total\ aset_{t-1}}$$

Perkembangan perusahaan juga dapat dihitung dengan cara membandingkan total aset tahun sebelumnya

Growth penelitian ini diukur dengan penjualan karena dengan pertumbuhan penjualan yang baik maka dapat dijadikan prediksi untuk memperkirakan pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, perusahaan dengan penjualan yang stabil juga akan lebih aman mendapatkan kepercayaan bagi investor. sehingga akan menunjukkan persentase kenaikan penjualan tahun ini dibanding dengan tahun sebelumnya, semakin tinggi rasio maka akan semakin baik. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada penelitian Munsaidah, Andini dan Supriyanto (2016).

2.2.6 Profitabilitas

Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan menunjukkan kemampuan etintas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga etintas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan yang lebih luas (Kamil dan Herusetya, 2012). Berdasarkan teori sinyal, profitabilitas dapat mempengaruhi hubungan investor dan perusahaan, apabila perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, maka tingkat kepercayaan investor untuk menanamkan saham juga akan tinggi sehingga tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal baik bagi para investor.

Profit yang lebih tinggi akan mendorong pihak manajemen untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Pihak manajemen akan termotivasi untuk menunjukkan kepada para pemangku kepentingan tentang *profit* yang telah dicapai perusahaan agar para pemangku kepentingan dapat memberikan apresiasi untuk pihak manajemen, untuk itu pihak manajemen akan termotivasi untuk mengungkapkan laporan sukarela. Perusahaan dengan *profit* yang tinggi juga akan lebih meningkatkan citra perusahaan, karena para calon investor dapat melihat secara langsung bahwa perusahaan mampu untuk mendapatkan *profit* yang tinggi dan akan menguntungkan pihak investor, dan salah satu cara untuk meningkatkan citra perusahaan, perusahaan dapat melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Profitabilitas juga menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan segala sumber daya yang ada

seperti kegiatan penjualan, kas, dan modal. Beberapa jenis rasio profitabilitas yang diungkapkan oleh Sofyan (2013) adalah sebagai berikut:

a. Profit Margin

$$\text{Profit margin} = \frac{\text{Pendapatan bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Angka yang dihasilkan akan menunjukkan seberapa besar persentase pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar maka akan semakin baik karena perusahaan dianggap mampu untuk menghasilkan laba yang tinggi.

b. Aset Turn Over

$$\text{Aset turn over} = \frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Total aktiva}}$$

Aset turn over akan menggambarkan perputaran aktiva yang diukur dari volume penjualan dan total aktiva. Semakin besar rasio ini semakin baik.

c. Return On Investment (Return On Equity)

$$\begin{aligned} \text{Return on investment (Return on equity)} \\ = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Rata – rata modal (Equity)}} \end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh akan menunjukkan berapa persen yang laba bersih yang diperoleh bila diukur dari modal pemilik. Semakin besar rasio yang ditunjukkan maka akan semakin baik bagi perusahaan.

d. Return On Aset

$$\text{Return on aset} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

Rasio ini menunjukkan berapa persen laba bersih yang diperoleh jika diukur berdasarkan nilai aktiva. Semakin tinggi rasio maka akan semakin baik.

e. Basic Earning Power

Basic earning power

$$= \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

Basic earning power akan menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba diukur dari jumlah laba sebelum dikurangi bunga dan pajak dibandingkan dengan total aktiva. Semakin besar *basic earning power* maka akan semakin baik

f. Earning Per Share

Earning per share

$$= \frac{\text{Laba bagian saham bersangkutan}}{\text{Jumlah saham}}$$

Rasio ini menggambarkan seberapa besar kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba.

g. Contribution Margin

$$\text{Contribution margin} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan}}$$

Angka yang dihasilkan akan menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang akan menutupi biaya-biaya tetap atau biaya operasional.

Profitabilitas merupakan kemampuan etintas untuk menghasilkan laba, dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan dengan menggunakan ROA sehingga dapat diketahui tingkat laba yang diperoleh perusahaan dengan membandingkan laba setelah pajak dengan total aset perusahaan. Pengukuran menggunakan ROA

dikarenakan dengan ROA investor dapat mengevaluasi seberapa besar dana yang telah diperoleh perusahaan dan investor juga dapat mengevaluasi seberapa baik perusahaan mengelola dana yang diperolehnya. Pengukuran yang digunakan juga merujuk pada pengukuran yang digunakan dalam penelitian Rahman dan Widyasari (2008) serta Munsaidah, Andini dan Supriyanto (2016).

2.2.7 Leverage

Leverage merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajiban jangka panjangnya. Menurut Wakid, Triyono dan Assih (2013) perusahaan dengan rasio *leverage* keuangan yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

Sesuai dengan teori sinyal bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah dapat memberikan sinyal baik untuk para investor. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah akan lebih meyakinkan para investor untuk menanamkan sahamnya karena dengan *leverage* yang rendah para investor akan percaya bahwa perusahaan lebih mampu bertahan dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* tinggi.

Perusahaan yang mempunyai hutang yang tinggi cenderung akan membutuhkan dana yang lebih besar jika dibandingkan dengan perusahaan yang hutangnya rendah. Perusahaan harus lebih banyak melakukan pengungkapan baik pengungkapan wajib maupun pengungkapan sukarela, agar lebih mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari para investor agar dapat membantu mengurangi proporsi hutang yang tinggi. *leverage* dapat diukur dengan *Debt To*

Asset Ratio (DAR), Debt To Equity Ratio (DER) dan Long Term Debt To Equity Ratio dengan rumus sebagai berikut:

a. *Debt To Asset Ratio (DAR)*

$$\text{Debt to asset ratio} = \frac{\text{Total kewajiban}}{\text{Total aset}}$$

DAR digunakan untuk menghitung *leverage* dalam suatu perusahaan. Semakin rendah DAR akan semakin baik.

b. *Debt To Equity Ratio (DER)*

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Rasio ini akan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajibannya, dengan menghitung total kewajiban dan ekuitas. Semakin rendah rasio maka akan semakin baik.

c. *Long Term Debt To Equity Ratio*

$$\text{Long term debt to equity ratio} = \frac{\text{Total kewajiban jangka panjang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Rasio ini akan menunjukkan tingkat *leverage* jika dihitung berdasarkan kewajiban jangka panjang dan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin rendah tingkat rasio maka akan semakin baik bagi perusahaan.

Leverage dalam penelitian ini diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)* karena melalui DER investor akan dengan mudah memperkirakan pengeluaran perusahaan yang di danai oleh pihak luar, dengan kata lain untuk mengetahui seberapa besar perusahaan menggunakan hutang untuk mendanai kegiatan operasionalnya, yaitu membandingkan seberapa besar rasio antara total

kewajiban dan total ekuitas yang ada dalam perusahaan. Rasio ini juga berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan oleh kreditur dan pemilik perusahaan dan untuk mengetahui ekuitas yang dijadikan sebagai jaminan hutang. Sehingga semakin rendah rasio akan semakin baik bagi perusahaan. Pengukuran ini juga merujuk pada pengukuran yang digunakan pada penelitian Wakid, Triyuwono dan Assih (2013) dan Munsaidah, Andini dan Supriyanto (2016) serta Rahman dan Widayari (2008).

2.2.8 Pengaruh Antar Variabel

Penelitian ini menguji tentang pengaruh antar variabel sebagai berikut:

1. Pengaruh Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dalam Oktariani dan Mimba (2014), menurut Sembiring (2005) bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan perusahaan dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka tekanan yang dihadapi manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Dewan komisaris yang tidak bersikap memihak kepada manajemen akan meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan sehingga pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin luas.

Teori sinyal menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada investor. Pengungkapan yang lebih luas di luar pengungkapan wajib akan memberikan sinyal baik bagi para investor untuk

mempertimbangkan keputusan dalam menanamkan sahamnya. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri (2013), Priantana dan Yustian (2011) serta Cahyani dan Suryaningsih (2016) ditemukan adanya pengaruh dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Pengaruh *Growth* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Growth merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang dapat diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Perusahaan dengan *growth* yang tinggi akan mendapat perhatian lebih banyak sehingga diperkirakan perusahaan dengan *growth* yang tinggi cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan sukarela untuk meningkatkan citra baik perusahaan di depan investor salah satunya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menarik investor Munsaidah, Andini dan Supriyanto (2017).

Teori sinyal menyatakan bahwa ketika suatu perusahaan mengalami perkembangan yang baik maka perusahaan akan dengan mudah mendapatkan respon positif dari para investor. Menurut Munsaidah, Andini dan Supriyanto (2016) menunjukkan hasil bahwa *growth* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Donovan dan Gibson (2000) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki

tingkat laba yang tinggi perusahaan akan merasa bahwa manajemen menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan sehingga manajemen lebih membutuhkan pengungkapan yang lebih luas untuk meningkatkan citra perusahaan.

Tingkat profitabilitas yang tinggi akan menunjukkan seberapa baik pengelolaan pihak manajemen., selain itu profitabilitas juga dapat mengukur para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba maupun keuntungan dalam bentuk nilai ekonomis yang berasal dari aktivitas pejualan aset bersih perusahaan maupun modal perusahaan. Sehingga semakin besar tingkat profitabilitas dalam suatu perusahaan maka perusahaan dinilai memiliki cukup dana untuk dialokasikan ke dalam kegiatan sosial dan lingkungan, sehingga pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan juga akan semakin luas.

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit, dimana kelangsungan hidup pertumbuhannya didasarkan pada hasil akhir yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas dan distribusi manfaat ekonomi. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena dengan profitabilitas yang tinggi perusahaan mempunyai dana untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktariani dan Mimba (2014), Munsaidah, Andini dan Supriyanto (2016) serta Rahman dan Widyasari (2008)

menunjukkan hasil profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

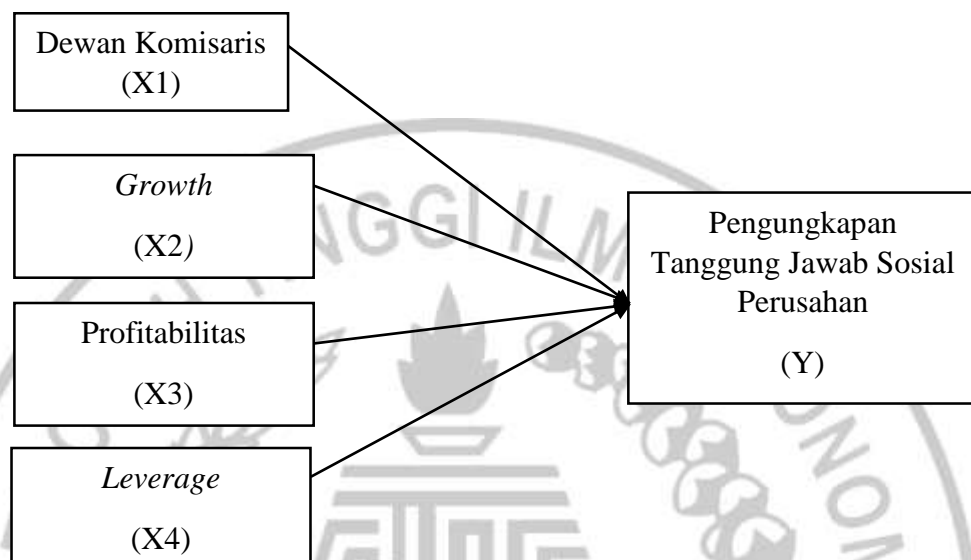
4. Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Perusahaan yang mempunyai *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban untuk lebih memenuhi kebutuhan krediturnya Suropto (1999) dan Amalia (2005) dalam Risca Puspita Sari (2013). Kreditur juga akan memilih perusahaan dengan pengungkapan yang lebih luas untuk menilai pertanggungjawaban yang telah dilakukan oleh perusahaan, sehingga kreditur akan lebih tertarik dengan perusahaan yang memiliki informasi lebih rinci misalnya dengan melihat pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan salah satunya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut teori sinyal tingkat informasi yang telah dipublikasikan perusahaan dapat memberikan sinyal baik bagi investor dalam pengambilan keputusan, pada saat informasi telah dipublikasikan investor akan menganalisis informasi tersebut merupakan sinyal baik atau buruk. *Leverage* yang rendah dapat memberikan sinyal baik bagi para investor karena dengan *leverage* yang rendah perusahaan menunjukkan bahwa dapat menyelesaikan kewajibannya dengan modal yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Wakid, Triuwono dan Assih (2013), Munsaidah, Andini dan Supriyanto (2016) serta Rahman dan Widayari (2008) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu maka kerangka penelitian dapat digambarkan pada gambar 2.1



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Dari kerangka pemikiran yang ada, maka dapat disimpulkan hipotesis yang akan diajukan untuk melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

H1: Dewan Komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur.

H2: *Growth* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur.

H3: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur.

H4: *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur.

