

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Stakeholder Theory*

Menurut Gozali dan Chariri (2007) keberlangsungan hidup sebuah perusahaan sangat dipengaruhi oleh *stakeholders* sehingga perusahaan harus memberikan manfaat kepada *stakeholders* disamping meningkatkan kepentingan perusahaan. *Stakeholders* merupakan pihak yang memiliki kepentingan dan pengaruh terhadap perusahaan baik internal maupun eksternal (Retno, 2012). *Stakeholders* internal meliputi karyawan, manajer, pemilik perusahaan, sedangkan *stakeholders* eksternal yaitu pemerintah, pemegang saham, pasar modal, dan lain-lain.

Sebuah pengungkapan merupakan sesuatu yang sangat penting bagi para *stakeholders* karena mereka membutuhkan informasi untuk melakukan evaluasi terhadap kinerja perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan pengungkapan wajib bagi perusahaan untuk menilai bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Perusahaan dituntut untuk memperhatikan seluruh pemangku kepentingan perusahaan bukan investor saja. Hal ini merupakan suatu tuntutan etis yang akan memberikan manfaat ekonomis dan menjaga keberlangsungan perusahaan (Retno, 2012).

Hal yang mendasari dalam penentuan *stakeholders* perusahaan saat ini telah berkembang pesat sesuai dengan perubahan lingkungan bisnis dan kompleksitas aktivitas perusahaan. Pemerintah merupakan salah satu pemangku kepentingan bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan pemerintah menganggap perusahaan sebagai salah satu elemen sosial bagi negara. Oleh sebab itu, perusahaan tidak dapat mengabaikan kehadiran pemerintah dalam mengelola perusahaannya.

2. Agency Theory

Agency theory (teori keagenan) menjelaskan hubungan antara agen (manajer) dengan prinsipal (pemilik). Pemilik merupakan pihak yang memberikan sebuah tanggung jawab kepada manajer untuk mengelola perusahaan atas nama pemilik (Jensen dan Meckling, 1976).

Menurut Fajrinia (2014) teori keagenan menjelaskan bahwa semakin besar tingkat kepemilikan manajer pada perusahaan, maka manajer akan melakukan hal yang positif pada perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat kepemilikan manajemen yang tinggi maka biaya politis akan tinggi dan cenderung akan mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain. Pengungkapan sosial dan lingkungan melalui pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang telah diatur dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas dan bersifat wajib bagi perusahaan.

3. *Legitimacy Theory*

Legitimacy theory (teori legitimasi) menyatakan bahwa perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasinya harus sesuai dengan norma dan batasan masyarakat guna menyakinkan masyarakat terhadap perusahaan. Norma masyarakat saat ini berkembang sangat pesat sehingga perusahaan harus selalu mengikuti perkembangan norma tersebut. Teori legitimasi menjelaskan bahwa perilaku konsisten terhadap nilai sosial digunakan suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitas operasi perusahaan.

Menurut Nurkhin (2010) teori legitimasi merupakan teori yang melandasi pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR dilaksanakan guna untuk mendapatkan *image* positif dan legitimasi dari masyarakat. Teori legitimasi menyatakan bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial dimana perusahaan sepakat untuk menunjukkan tanggung jawab sosial melalui aktivitas sosial kepada masyarakat agar perusahaan diterima oleh masyarakat. Disamping itu, legitimasi masyarakat merupakan faktor signifikan untuk mendukung *image* perusahaan dimata *stakeholders* (Hadi, 2011).

4. *Signalling Theory*

Signalling theory (teori sinyal) merupakan teori yang menekankan pada informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan guna untuk keputusan investasi. Informasi merupakan unsur penting bagi investor untuk mengetahui kinerja perusahaan masa lalu ataupun

sekarang. Informasi yang lengkap, akurat, dan transparan digunakan oleh para investor dalam menentukan keputusan investasi terhadap perusahaan tersebut. Disamping itu, teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan dapat meningkatkan *value added* melalui pelaporannya.

Teori sinyal digunakan untuk menyampaikan informasi pada pengguna laporan keuangan. Sinyal dapat berupa informasi keuangan, atau informasi lain yang menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain dan dapat meminimalisasi terjadinya asimetri informasi dalam perusahaan. Teori sinyal menjelaskan mengenai bagaimana perusahaan dapat memberikan signal berupa informasi terhadap investor mengenai pencapaian kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan.

Menurut Ghozali dan Chariri (2007) aktivitas perusahaan dapat menyebabkan dampak bagi lingkungan dan sosial sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial digunakan untuk meminimalisasi munculnya konflik lingkungan dan sosial. Disamping itu, pengungkapan tanggung jawab sosial dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan terhadap publik untuk menjelaskan dampak lingkungan dan sosial yang disebabkan kegiatan operasi perusahaan (Putri dan Chritiawan, 2014).

5. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate social responsibility (CSR) disebut juga sebagai bagian dari 3 kunci keberhasilan perusahaan yaitu *planet* (bumi), *profit*

(laba), dan *people* (masyarakat). Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) definisi dari CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah

Sebagai:

“Kelanjutan oleh suatu entitas bisnis untuk bertindak secara etis dan berperan untuk pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas hidup di tempat kerja dan terhadap keluarga mereka seperti halnya masyarakat sekitar dan masyarakat yang lebih luas”.

Menurut Rawi dan Munawar (2008) CSR merupakan wujud kepedulian perusahaan untuk ikut meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan lingkungan, serta merupakan investasi untuk keberlanjutan dari usaha yang dikembangkan, tidak terpisahkan sebagai tujuan jangka panjang perusahaan. Dengan kata lain, CSR merupakan wujud nyata rasa kepedulian perusahaan pada masyarakat, lingkungan, dan pegawai yang berorientasi jangka panjang.

Menurut *Association of Chartered Certified Accountants* (ACCA) dalam Anggraini (2006) *corporate social responsibility* diungkapkan dalam *sustainability reporting*, yaitu pengungkapan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja perusahaan. Pengungkapan CSR di Indonesia diatur dalam keputusan putusan ketua Badan Pengawasan Pasar Modal Nomor: KEP-38/PM/1996 tentang laporan tahunan menyatakan bahwa perusahaan diberikan kebebasan untuk memberikan penjelasan umum

(seperti kegiatan sosial dan lingkungan), selama hal tersebut jelas dan tidak bertentangan dengan informasi yang lain.

6. Mekanisme *Good Corporate Governance*

Good corporate governance (GCG) adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, karyawan, kreditor, serta pemegang kepentingan lainnya baik internal maupun eksternal yang memiliki hak-hak dan kewajiban dalam perusahaan (FCGI, 2001). GCG merupakan seperangkat sistem yang dapat meningkatkan nilai perusahaan bagi para *stakeholder*.

Prinsip *good corporate governance* dalam pedoman umum *good corporate governance* yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Pasar Modal (2010) yaitu transparansi, akuntabilitas, reponsibilitas, indepedensi, kewajaran dan kesetaraan. Perusahaan akan memiliki sensitivitas yang tinggi apabila perusahaan dapat menerapkan prinsip-prinsip GCG dengan baik pada semua aktivitas perusahaan. Penerapan prinsip-prinsip GCG diharapkan dapat menciptakan persaingan yang sehat dan menghindari terjadinya monopoli (Utama dan Ramdhaningsih, 2013).

7. Struktur Kepemilikan dalam perusahaan

Struktur kepemilikan adalah bentuk kepemilikan yang ada pada sebuah perusahaan. Setiap perusahaan memiliki struktur kepemilikan yang berbeda-beda tergantung pada presentase saham yang dimiliki oleh pemegang saham baik internal maupun eksternal (Jensen dan Meckling,

1978). Menurut Wahyudi dan Pawestri (2009) struktur kepemilikan dikelompokkan sesuai porsi saham yang dimiliki yaitu:

a. Kepemilikan manajerial

Kepemilikan manajerial adalah situasi yang menunjukkan bahwa manajer mempunyai saham perusahaan atau manajer sekaligus menjadi pemegang saham. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya kepemilikan manajerial oleh pihak manajemen perusahaan (Rustriani, 2011). Kepemilikan manajerial adalah saham yang dimiliki oleh manajer yang diprosikan dengan presentase jumlah saham yang dimiliki manajemen (Soliman *et al.* (2012) dalam Eriandani, 2013). Pihak manajemen dalam sebuah perusahaan meliputi manajer, dewan direksi dan dewan komisaris.

Kepemilikan manajerial dapat mengoptimalkan pengungkapan CSR karena manajer merupakan pihak yang menjalankan perusahaan sehingga mereka akan berusaha untuk meningkatkan *image* perusahaan pada pemegang saham dengan mengungkapkan informasi secara luas. Hal tersebut dapat menurunkan biaya keagaenan untuk mengawasi kinerja manajemen.

b. Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing adalah sejumlah saham yang dimiliki oleh investor asing baik perusahaan maupun kelembagaan. Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang paling *concern* terhadap pengungkapan CSR (Dewi dan Suaryana, 2015).

Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR akan memiliki *image* yang lebih baik bagi investor asing. Oleh karena itu, semakin sering perusahaan melakukan pengungkapan CSR akan semakin baik *image* perusahaan bagi investor asing.

8. Ukuran Dewan Komisaris Independen

Dewan komisaris independen adalah dewan komisaris yang tidak memiliki hubungan dengan perusahaan dan bertindak objektif dan independen sesuai dengan prinsip-prinsip mekanisme *good corporate governance* (*transparency, accountability, responsibility, fairness*) dan pemilihan dewan komisaris dilakukan secara transparan dan independen (Alijoyo dan Zaini, 2004). Dewan komisaris independen mempunyai tanggung jawab melakukan pengawasan dan pemberian nasihat pada direksi dan memastikan bahwa perusahaan menerapkan *good corporate governance* sesuai dengan aturan yang berlaku (Sari, 2014).

Peraturan mengenai keberadaan komisaris independen dalam sebuah perusahaan yaitu perusahaan yang telah terdaftar dalam bursa harus memiliki komisaris independen yang jumlah proporsional sebanding dengan jumlah saham yang dimiliki oleh pemegang saham minoritas dengan jumlah minimal 30 % dari seluruh jumlah dewan komisaris. Peraturan tersebut tercantum dalam Surat keputusan Direksi PT Bursa Efek Indonesia Nomor: Kep-305/BEJ/07-2004 tentang Peraturan Nomor I-A tentang Pencatatan Saham dan Efek Bersifat Ekuitas.

9. Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan merupakan faktor-faktor yang membedakan sebuah perusahaan dengan perusahaan yang lain meskipun berada dalam satu jenis usaha yang sama (Maulana dan Yuyetta, 2014). Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* termasuk dalam karakteristik perusahaan. Semakin kuat karakteristik perusahaan yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan dampak sosial dan lingkungan terhadap masyarakat maka akan semakin kuat pemenuhan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada masyarakat (Veronica, 2009).

B. Hipotesis

1. Kepemilikan Manajerial dan Pengungkapan CSR

Kepemilikan manajerial adalah sejumlah saham yang dimiliki oleh manajer dalam sebuah perusahaan. Menurut Nur'aini (2011) adanya kepemilikan manajerial mengakibatkan manajer akan aktif dalam pengambilan keputusan. Manajer akan merasakan hasil yang mereka putuskan tetapi harus menanggung risiko apabila keputusan yang mereka putuskan salah. Manajer perusahaan akan mengambil keputusan yang dapat meningkatkan *image* perusahaan dimata para pemegang saham melalui pengungkapan informasi seluas-luasnya. Manajemen dalam meningkatkan *image* perusahaan tidak akan mengambil keputusan yang dapat merugikan perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara kepemilikan manajerial dengan pengungkapan CSR perusahaan adalah Rawi dan Munawar (2010), Eriandani (2013), dan Yudhistira dan Saraswati (2014). Hal tersebut sejalan dengan teori *stakeholder*, pengungkapan CSR sangat penting bagi para *stakeholders* untuk mengetahui informasi perusahaan yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana kinerja perusahaan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh para *stakeholders*. Manajer mengambil keputusan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan melakukan pengungkapan yang luas. Oleh karena itu, semakin besar kepemilikan manajerial maka semakin tinggi pengungkapan CSR. Dengan demikian hipotesis yang dapat diturunkan adalah:

H_{1a}: Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR di perusahaan pertambangan.

H_{1b}: Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR di perusahaan perbankan.

2. Kepemilikan Asing dan Pengungkapan CSR

Kepemilikan asing merupakan pihak yang sangat peduli terhadap pengungkapan CSR perusahaan (Fauzi, 2008). Fauzi (2008) menyatakan bahwa prestasi perusahaan multinasional lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan nasional dalam aspek lingkungan. Perusahaan multinasional memiliki rasa kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan dan sosial.

Perusahaan yang memiliki kepemilikan saham asing cukup besar akan cenderung melakukan pengungkapan CSR lebih tinggi karena para investor asing memiliki kesadaran sosial dan lingkungan yang tinggi. Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian Rustriani (2011) dan Dewi dan Suaryana (2015) menyatakan bahwa kepemilikan asing memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian hipotesis yang diturunkan adalah:

H_{2a}: Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR di perusahaan pertambangan.

H_{2b}: Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR di perusahaan perbankan.

3. Ukuran Dewan Komisaris Independen dan Pengungkapan CSR

Kehadiran dewan komisaris independen diharapkan dapat netral dan tidak memiliki hubungan afiliasi dengan perusahaan seperti direksi perusahaan (Ratnasari dan Prastiwi, 2010). Dewan komisaris independen diharapkan dapat melakukan pengawasan dengan ketat mengenai kinerja perusahaan dan meningkatkan kepatuhan perusahaan terhadap prinsip-prinsip mekanisme *good corporate governance*.

Perusahaan yang memiliki dewan komisaris independen yang besar diharapkan dapat memberi tekanan yang besar terhadap perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR untuk menyelaraskan antara keputusan dengan tindakan perusahaan dengan nilai-nilai sosial dan legitimasi perusahaan (Ratnasari dan Prastiwi, 2010). Dewan

komisaris independen memberikan monitoring positif dalam mengawasi aktivitas manajemen dalam pengungkapan CSR (Badjuri, 2011). Oleh karena itu, semakin besar jumlah ukuran dewan komisaris maka semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Badjuri (2011), Santioso dan Chandra (2012), dan Primadewi dan Mertha (2014) menyatakan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian, hipotesis yang diturunkan adalah:

H_{3a}: Ukuran dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR di perusahaan pertambangan.

H_{3b}: Ukuran dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR di perusahaan perbankan.

4. Profitabilitas dan Pengungkapan CSR

Salah satu faktor meningkatkan nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan manajemen (agen) untuk melakukan pengungkapan terhadap prinsipal berupa pengungkapan CSR. Perusahaan akan melakukan pengungkapan CSR lebih luas apabila perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi.

Menurut teori legitimasi perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR akan mendapatkan pengakuan dari masyarakat sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Nurkhin (2010) teori legitimasi mengakui perusahaan melakukan kontrak sosial

dengan masyarakat melalui pengungkapan sosial dan lingkungan agar dapat diterima oleh masyarakat.

Menurut Dewi dan Suaryana (2015) mekanisme profitabilitas dapat memberikan keyakinan pada perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR. Mekanisme perusahaan yang baik akan mendapatkan keuntungan positif bagi perusahaan yaitu mendapatkan legitimasi masyarakat yang dapat mengakibatkan peningkatan pada profitabilitas perusahaan. Ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi maka perusahaan akan melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Dewi dan Keni (2013), Utama dan Ramadhaningsih (2013), Felicia dan Rasmini (2015), dan Nawaiseh dan Soliman (2015), menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian hipotesis yang diturunkan sebagai berikut:

H_{4a}: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR di perusahaan pertambangan.

H_{4b}: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR di perusahaan perbankan.

5. *Leverage* dan Pengungkapan CSR

Leverage merupakan penggunaan instrumen keuangan atau modal pinjaman, seperti margin yang bertujuan untuk meningkatkan potensi pengembalian investasi (Rahman dan Widayarsi, 2008). *Leverage* dapat diciptakan melalui opsi, margin, dan lain-lain. *Leverage*

juga merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membiayai aset perusahaan pada kreditor.

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan informasi yang lebih luas karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976). Menurut Scott (2000) dalam Arifin (2013) semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan maka semakin tinggi perusahaan akan melanggar kontrak utang sehingga manajer perusahaan melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba masa datang. Manajemen perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR yang dibuatnya agar dapat melaporkan laba sekarang yang tinggi dan tidak menjadi sorotan dari *debtholders*. Selain itu perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan lebih mengutamakan pelunasan kewajiban dan bunga yang mengakibatkan pengungkapan CSR menjadi lebih rendah (Juniarto dan Andayani, 2013). Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti Apriweni (2008), Nur dan Priantinah (2012), dan Arifin (2013) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian hipotesis yang diturunkan sebagai berikut:

H_{5a}: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR di perusahaan pertambangan.

H_{5b}: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR di perusahaan perbankan.

6. Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan total aktiva. Perusahaan besar merupakan perusahaan yang memiliki pusat perhatian yang sangat besar, sehingga pengungkapan yang lebih luas dapat mengurangi biaya politis sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan (Sembiring, 2005).

Menurut Cowen *et al.* (1987) dalam dalam Untari (2010) perusahaan besar akan mengalami tekanan yang besar untuk mengungkapkan aktivitas dan melegitimasi bisnis mereka karena perusahaan yang besar memiliki aktivitas operasi yang lebih banyak, memiliki pengaruh yang besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholders* yang peduli dengan program sosial dan lingkungan perusahaan, dan laporan tahunan yang lebih efisien dalam mengomunikasikan informasi kepada *stakeholders*. Sehingga perusahaan yang besar cenderung akan melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Sembiring (2005), Arifin (2013), Maulana dan Yuyetta (2014), dan Felicia dan Rasmini (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian hipotesis yang diturunkan sebagai berikut:

H_{6a}: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR di perusahaan pertambangan.

H_{6b}: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR di perusahaan perbankan.

7. Pengungkapan CSR pada Perusahaan Pertambangan dan Perbankan

Pengungkapan CSR saat ini berkembang dengan pesat baik di tingkat nasional maupun internasional telah menjadi bagian penting bagi perusahaan. Pengungkapan CSR merupakan pengungkapan yang wajib dilakukan oleh perusahaan yang memiliki dampak baik atau buruk bagi masyarakat dan lingkungan.

Perusahaan pertambangan merupakan salah satu perusahaan yang memiliki dampak secara langsung pada lingkungan dan sosial. Dalam jangka panjang perusahaan tambang meninggalkan dampak lingkungan yang relatif buruk. Dibuktikan bahwa menurut Jaringan Advokasi Tambang (JAT) pada tahun 2014 bahwa 70% kerusakan lingkungan disebabkan oleh operasi tambang. Sekitar 3,97 juta hektar kawasan hutan lindung, termasuk keanekaragaman hayatinya terancam. Dalam 10 tahun hingga 2014, sekitar 108 dari 4.000 daerah aliran sungai di Indonesia rusak parah (Wahono, 2016).

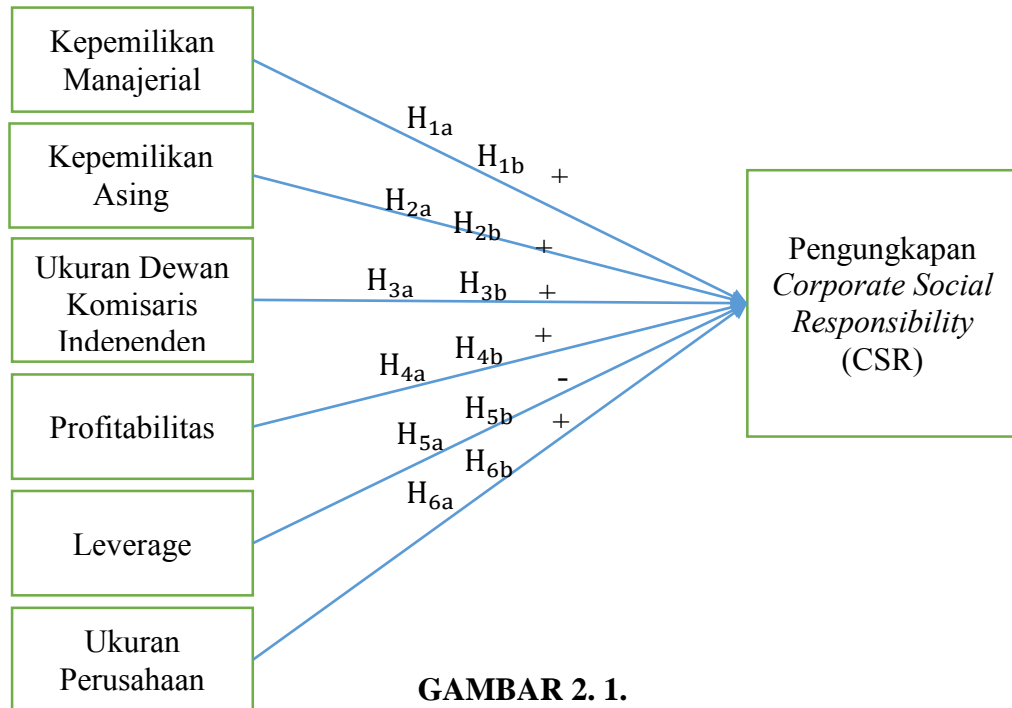
Perusahaan perbankan dapat berkontribusi secara tidak langsung dalam merusak lingkungan melalui pemberian kredit dengan mudah perusahaan yang memiliki indikasi merusak lingkungan. Seperti

perusahaan yang mendapatkan kategori hitam dan merah pada PROPER (Kantor Berita Politik, 2015). Oleh karena itu, terdapat perbedaan antara pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan dan perbankan. Dengan demikian hipotesis yang diturunkan sebagai berikut:

H_{7a}: Terdapat perbedaan penerapan pengungkapan CSR di Perusahaan pertambangan dan perbankan.

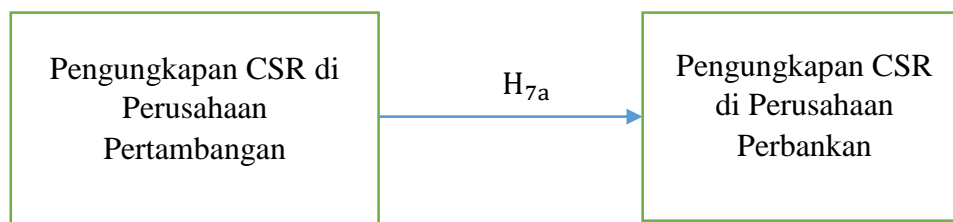
H_{7b}: Terdapat perbedaan pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, ukuran dewan komisaris independen, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR di perusahaan pertambangan dan perbankan.

C. Model Penelitian



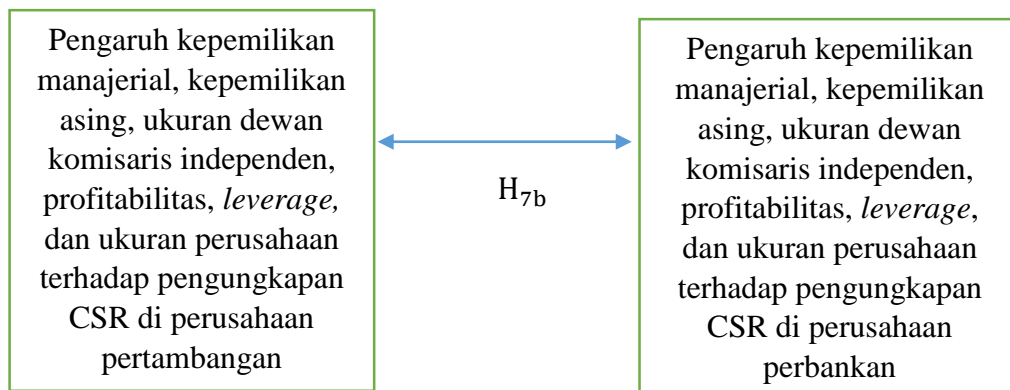
GAMBAR 2. 1.
MODEL PENELITIAN 1

Perbedaan Tingkat Pengungkapan CSR di Perusahaan Pertambangan dan Perbankan



GAMBAR 2. 2.
MODEL PENELITIAN 2

Mengetahui perbedaan pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan asing, ukuran dewan komisaris independen, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR di perusahaan pertambangan dan perbankan



GAMBAR 2. 3.
MODEL PENELITIAN