

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat (Fatoni dkk, 2016). Dalam teori legitimasi tersebut perusahaan berusaha untuk menyesuaikan keadaan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dimasyarakat sehingga dapat diterima dilingkungan eksternal karena dalam teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat sekitar merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat (Sari, 2013). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat.

Adanya teori legitimasi ini akan memberikan landasan bahwa perusahaan harus mematuhi peraturan-peraturan yang berlaku di masyarakat berkaitan dengan kegiatan usaha yang dilaksanakan perusahaan sehingga dapat berjalan dengan baik tanpa adanya konflik dimasyarakat maupun dilingkungan tempat beroperasi. Oleh sebab itu perusahaan perlu mengembangkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), dengan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan akan memberikan kontribusi yang positif bagi

masyarakat sehingga masyarakat sekitar tempat beroperasi dapat menerima keberadaan perusahaan dengan baik dan tidak memperlakukan keberadaan perusahaan tersebut.

## **2. Teori *Stakeholder***

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Definisi *stakeholder* yang dilontarkan (Rhenald Kasali dalam Purnasiswi, 2011) adalah setiap kelompok orang baik yang berada didalam perusahaan maupun diluar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan.

Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut sehingga keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Fatoni dkk, 2016). Pada dasarnya tanggung jawab perusahaan tidaknya terbatas pada memaksimalkan laba demi kepentingan pemegang saham namun lebih luas lagi yakni menciptakan kesejahteraan bagi kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak mempunyai keterkaitan terhadap perusahaan.

Adanya teori *stakeholder* ini suatu perusahaan diharapkan dapat memberi manfaat bagi *stakeholder*. Manfaat tersebut dapat diberikan dengan cara menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), dengan

adanya program tersebut perusahaan diharapkan akan dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan, pelanggan dan masyarakat lokal. Sehingga akan dapat terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan sekitar tempat beroperasi.

### **3. Pengertian CSR (*Corporate Social Responsibility*)**

Definisi CSR adalah suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan disekitar tempat beroperasi (Aini, 2015). CSR juga dimaksudkan untuk meminimalisir dampak yang di timbulkan perusahaan selama menjalankan aktivitas bisnisnya (Pradnyani dan Sisdyani, 2015).

WBSD (*The World Business Council for Sustainable Development*) memaknai CSR sebagai komitmen bisnis untuk berperilaku etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, serta masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya (Rudito dalam Hastuti,2014).

Menurut Prastowo dan Huda dalam Saraswati (2014), menyatakan bahwa CSR merupakan suatu upaya/mekanisme alamiah perusahaan untuk membersihkan keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh perusahaan. Sebagaimana yang telah diketahui bahwa perusahaan dalam memperoleh keuntungan terkadang dapat menimbulkan kerugian bagi pihak lain baik dalam kegiatan yang disengaja maupun tidak disengaja. Dikatakan sebagai upaya alamiah CSR adalah konsekuensi dari dampak yang ditimbulkan

dalam menjalankan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dapat merugikan masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan berkewajiban untuk mengembalikan keadaan masyarakat yang mengalami dampak yang telah ditimbulkan oleh kegiatan yang telah dilakukan oleh perusahaan menjadi lebih baik.

CSR juga merupakan bentuk kepedulian suatu usaha terhadap lingkungan, baik lingkungan dalam kegiatan usaha maupun lingkungan diluar kegiatan usaha. Contoh bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dapat bermacam-macam mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pemberian beasiswa pendidikan, sumbangan untuk fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna bagi masyarakat banyak khususnya masyarakat ditempat beroperasi (Septiana & Fitria, 2014).

#### **4. Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)**

Pengungkapan secara sederhana dapat diartikan sebagai penyampaian informasi yang ditunjukkan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) adalah supaya perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Penerapan *corporate social responsibility* dapat diungkapkan perusahaan dalam bentuk media laporan tahunan (*Annual Report*) perusahaan yang berisi laporan *corporate social responsibility* selama kurun waktu satu tahun berjalan (septiana & Fitria, 2014).

Pengungkapan dilakukan guna untuk mempengaruhi pihak investor dalam pengambilan keputusan investasi. Berkaitan dengan keputusan investasi investor tidak hanya memerlukan informasi keuangan saja melainkan juga berkaitan dengan informasi non-keuangan yang dilakukan oleh perusahaan.

##### **5. *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam Islam**

Islam telah memberikan panutan bagi umatnya untuk beradaptasi dan berkembang sesuai dengan zamannya. Konsep CSR yang dikembangkan dunia barat berbeda dengan konsep CSR yang terdapat di dalam Islam. Hal ini disebabkan CSR di dalam Islam dibangun atas dasar tasawuf (*paradigm*) dan epistemologi yang berbeda dengan CSR yang dikembangkan di barat.

Landasan hukum perusahaan yang melaksanakann CSR sesuai dengan ajara Islam adalah didasarkan atas Al-Qur'an dan Sunnah. Sedangkan di barat didasarkan pada pandangan dan budaya barat. sebagaimana Firman Allah dalam Al-Qur'an :

*“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung. “(QS Ali Imran : 104)*

Dalam ajaran Islam telah mengajarkan bagaimana hubungan manusia dengan Tuhan dan hubungan manusia dengan manusia. Oleh sebab itu pada dasarnya manusia bertanggung jawab kepada Allah dalam melaksanakan aktivitasnya untuk menggapai Ridho-Nya sehingga

tanggung jawab antara manusia dengan Allah akan melahirkan kontak religius bukan hanya sekedar kontak sosial belaka.

Dengan demikian, pada dasarnya jelas bahwa Islam menganjurkan kepada Individu atau Organisasi (Perusahaan) untuk menjadi orang yang beruntung yaitu mereka yang menjalani kebaikan serta mencegah terjadinya keburukan dengan demikian sejalan dengan konsep dilaksanakannya CSR.

## **6. Daftar Efek Syariah (DES)**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (UUPM) adalah kegiatan yang bersangkutan dengan Penawaran Umum dan perdagangan Efek, Perusahaan Publik yang berkaitan dengan Efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan Efek. Berdasarkan definisi tersebut pasar modal syariah dapat diartikan sebagai kegiatan dalam pasar modal yang diatur dalam UUPM yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip atau yang tidak melanggar syariah.

Pasar Modal Syariah merupakan pasar modal yang sesuai dengan ajaran Islam atau instrumen yang digunakan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah dan mekanisme yang digunakan berdasarkan prinsip syariah yaitu tidak mengandung *riba*, *maisir* dan *gharar*.

Pasar Modal Syariah adalah Pasar Modal yang didalamnya ditransaksikan instrumen keuangan sesuai dengan syariat Islam dan dengan cara yang berlandaskan syariah yaitu tidak mengandung suatu

ketidakjelasan dan instrumen yang diperjualbelikan harus memenuhi kriteria halal. Namun pasar modal syariah bukanlah sistem yang terpisah dari sistem pasar modal secara keseluruhan. Secara umum kegiatan dalam pasar modal syariah tidak jauh berbeda dengan kegiatan dipasar modal konvensional, dalam pasar modal syariah penerapan prinsip dasar syariah bersumber dari Al-Qur'an dan hadist dan dalam pasar modal syariah terdapat beberapa karakteristik yaitu produk dan mekanisme transaksinya tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah atau tidak melanggar syariah.

Dasar hukum Pasar Modal Syariah tertuang didalam QS. Al-Baqarah : 275 yang artinya : “Allah telah menghalalkan jualbeli dan mengharamkan *riba*”.

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) No.40/DSN-MUI/X/2003 tentang Pasar Modal dan Pedoman Umum Penerapan Prinsip Syariah di Bidang Pasar Modal, mendefinisikan saham syariah merupakan bukti kepemilikan atas suatu perusahaan yang memenuhi kriteria tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip atau yang tidak melanggar Syariah.

Daftar Efek Syariah atau biasa disebut dengan DES merupakan suatu kumpulan efek yang sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah atau kumpulan efek perusahaan yang tidak melanggar syariah di pasar modal, yang ditetapkan oleh Bapepam-LK atau pihak yang disetujui Bapepam-LK. Perusahaan yang terdaftar di Daftar Efek Syariah merupakan kumpulan

perusahaan yang tidak melanggar aturan syariah. Daftar Efek Syariah menerbitkan laporan keuangannya dua kali dalam satu tahun yakni pada setiap bulan Mei dan November. Pada dasarnya tidak terdapat perbedaan antara saham syariah dengan saham non syariah, saham yang sesuai syariah yaitu saham perusahaan yang dalam kegiatan usahanya bergerak dibidang yang tidak melanggar syariah (halal).

#### **7. Ukuran Perusahaan ( *size* )**

Ukuran perusahaan merupakan salah satu ukuran tingkat keberhasilan perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Semakin berhasil perusahaan mengelola bisnisnya maka perusahaan tersebut akan mengalami pertumbuhan dalam bisnisnya. Ukuran perusahaan juga merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasi besar kecilnya entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan dapat juga mempengaruhi luasnya pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka.

Ukuran perusahaan juga merupakan variabel penentu atau penduga yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Biasanya perusahaan yang berukuran besar akan lebih sering melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial apabila dibandingkan dengan perusahaan kecil, hal tersebut dikarenakan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan tersebut terhadap lingkungan masyarakat dan sebagai sarana untuk menarik minat investor serta meningkatkan kepercayaan masyarakat.



Perusahaan yang memiliki ukuran yang besar maka akan dapat memberikan informasi yang luas serta dapat diakses dengan mudah oleh publik, sehingga mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui laporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka panjang akan terhindar dari biaya yang sangat besar akibat tuntutan dari masyarakat.

## **8. Umur Perusahaan**

Umur perusahaan merupakan jangka waktu perusahaan perusahaan terdaftar di daftar efek syariah. Menurut Untari (2010) umur perusahaan juga merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mengungkapkan tanggungjawab sosialnya. Umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam berkompetensi dan bersaing.

Disamping itu umur perusahaan dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengatasi kesulitan perusahaan yang mengancam pertumbuhan perusahaan serta kemampuan perusahaan dalam mengambil kesempatan dalam lingkungan tempat beroperasi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin lama suatu perusahaan berdiri, maka perusahaan tersebut semakin dapat menunjukkan eksistensi dalam lingkungannya dan semakin bisa meningkatkan kepercayaan investor.

## **9. Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba (keuntungan) dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Profitabilitas sering digunakan oleh untuk melihat sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dalam menjalankan kegiatan bisnisnya,

profitabilitas juga mempengaruhi investor untuk berinvestasi guna memperluas usahanya pada perusahaan terkait. Sebaliknya apabila tingkat profitabilitasnya rendah maka menyebabkan tidak berminatnya investor untuk berinvestasi.

Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan prospek yang baik dimasa datang, dengan demikian setiap badan usahan akan selalu meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka akan semakin terjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan (Fahmi, 2015).

Menurut Heinze dalam Dewi dan Keni (2013) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial (CSR) kepada pemegang saham, sehingga dapat dijelaskan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba demi meningkatkan nilai pemegang saham.

Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi anggapan dasar untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya (Hackston dan Milne dalam Kuningingsih 2013). Hal tersebut di sebabkan

karena perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi akan menjadi pusat perhatian baik bagi para investor maupun masyarakat luas.

#### **10. Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*)**

Pertumbuhan perusahaan adalah dampak atas arus dana perusahaan dari perubahan operasional yang disebabkan oleh pertumbuhan atau peningkatan volume usaha (Helfert dalam Hastuti 2014). *Growth* merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan.

Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi diharapkan akan dapat memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan, diharapkan laba lebih meningkat, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure* untuk menarik minat investor (Sari,2012).

#### **11. Ukuran Dewan Komisaris**

Ukuran dewan komisaris yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Dewan komisarin memiliki hak untuk mengendalikan serta mengawasi pengelolaan perusahaan dengan memberikan petunjuk kepada manajemen untuk melakukan pengungkapan CSR.

Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris merupakan mekanisme pengendali intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memelihara tindakan manajemen puncak. Individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memperhatikan aktivitas manajemen secara efektif (Sembiring dalam Trisnawati,2014).

Dengan demikian, proporsi dewan komisaris cukup menentukan pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan maka akan semakin mudah dalam melaksanakan pengawasan atau pengendalian terhadap pengungkapan CSR. Sehingga, banyaknya jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan.

## **B. Penelitian Terdahulu Dan Perunan Hipotesis**

### **1. Ukuran Perusahaan (*size*) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Ukuran perusahaan merupakan salah satu indikasi tingkat keberhasilan suatu perusahaan, ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan jumlah karyawan, nilai total aset (total aktiva), dan volume penjualan. Dalam penelitian ukuran perusahaan diukur dengan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin berhasil suatu perusahaan dalam mengelola bisnisnya maka akan semakin dapat menunjukkan pertumbuhan dalam bisnisnya sehingga akan lebih banyak mendorong untuk melakukan

CSR. Hal tersebut dikarenakan bahwa perusahaan yang berskala besar akan menjadi pusat perhatian baik bagi investor maupun masyarakat luas. Sehingga semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak melakukan pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh wijaya (2012), Dewi dan Priyadi (2013), Septiana dan Fitria (2014), dan penelitian yang dilakukan Indraswari dan Astika (2015) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan Kurnianingsih (2013) yang menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## **2. Umur Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan bersaing dalam dunia bisnis. Secara umum perusahaan yang sudah lama beroperasi akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial. Sehingga, semakin lama perusahaan berdiri maka akan semakin banyak belajar untuk menunjang reputasi perusahaan di hadapan publik. Dengan demikian dapat diartikan bahwa semakin lama suatu perusahaan berdiri maka akan semakin banyak melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial hal ini

disebabkan karena perusahaan yang telah lama berdiri dapat diartikan perusahaan tersebut mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Nasir (2013) dan Herawati (2015) menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan Santiono (2012), Dewi dan Keni (2013) dan Fatoni, dkk (2016) yang menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Umur Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### **3. Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan tidak hanya mementingkan aspek ekonomi seperti keuntungan saja, namun juga memperhatikan aspek lingkungan sosial yang berkaitan dengan dampak positif dan negatif dari aktivitas perusahaan.

Profitabilitas yang tinggi akan diikuti dengan pengungkapan CSR yang tinggi, hal ini disebabkan timbal balik dari kegiatan yang dilakukan perusahaan sehingga tidak ada pihak yang dirugikan baik perusahaan, investor maupun masyarakat lingkungan tempat beroperasi, karena dengan melakukan pengungkapan CSR maka akan dapat memperbaiki citra dan reputasi perusahaan di masa yang akan datang, karena profitabilitas

menunjukkan apakah suatu perusahaan mempunyai prospek yang baik atau tidak dimasa datang.

Penelitian yang dilakukan oleh Ariftyarini,dkk (2014) dan Indraswari dan Astika (2015), Worontikan (2015), Jandra (2015) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Trisnawati (2014) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR).

#### **4. Pertumbuhan Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure* untuk menarik minat investor.

Penelitian yang dilakukan oleh Hastuti (2014) dan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Mimba (2015) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliani (2014), Nuraeni (2015) serta

Munsaidah dkk (2016) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4 : Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

#### **5. Ukuran Dewan Komisaris dan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Dewan komisaris berfungsi untuk mengendalikan dan mengawasi serta memberikan saran kepada direksi dalam pengelolaan perusahaan. Ukuran dewan komisaris yang besar dalam suatu perusahaan akan meningkatkan pengawasan kinerja direksi dalam mengelola perusahaan. Dengan wewenang yang dimiliki dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang kuat untuk menekan manajemen melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Fahrizqi, 2010). Sehingga semakin besar ukuran dewan komisaris suatu perusahaan maka akan semakin banyak melakukan pengungkapan CSR, hal tersebut disebabkan semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris maka dapat dengan mudah mengendalikan CEO untuk melakukan pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan Wijaya (2012), Trisnawati (2014), dan Sha (2014) menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pradnyani dan Sisdyani (2015) dan penelitian yang dilakukan Amalia (2013) menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

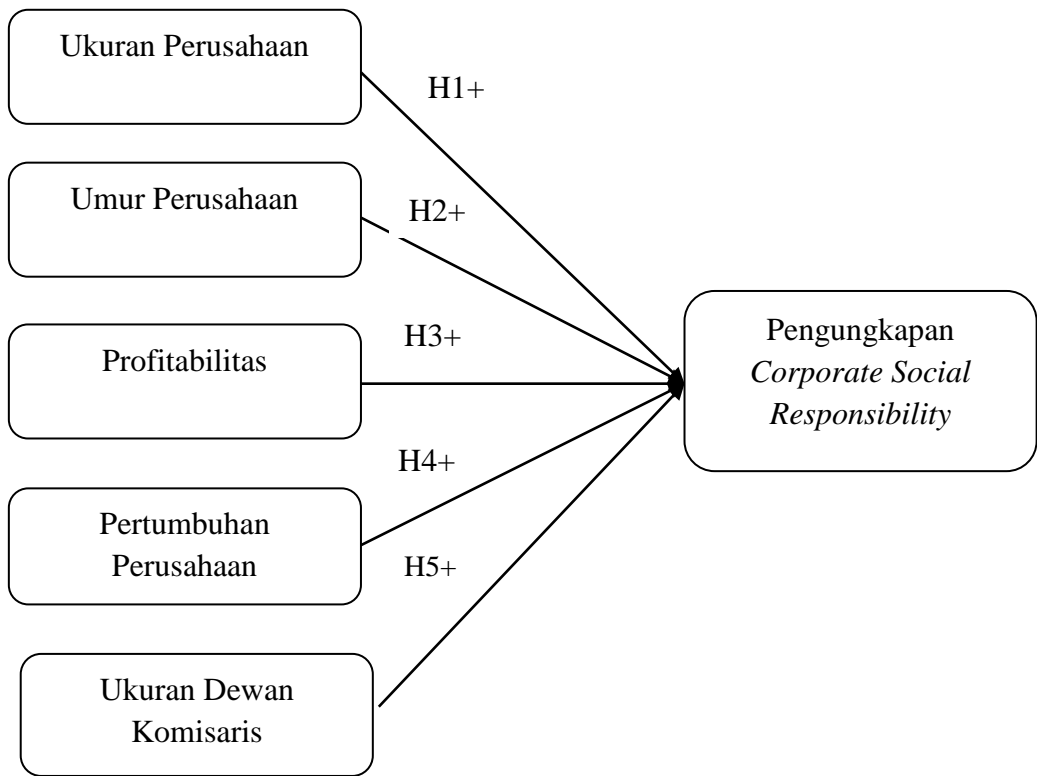


Berdasarkan uraian tersebut diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H5 : Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### **C. Model Penelitian**

Penelitian ini menggunakan lima variabel Independen (variabel bebas) dan satu variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas pertumbuhan perusahaan dan ukuran dewan komisaris. Sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 2.1.



Gambar 2.1  
Model Penelitian