

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial atau sering disebut dengan *corporate social responsibility* (CSR) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar perusahaan berada. *Corporate social responsibility* merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengkomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholders*-nya [12].

Pengertian CSR berdasarkan pada ISO 26000, menyatakan bahwa CSR adalah “*responsibility of an organization or the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behaviour that contributes to sustainable development, health and the welfare of society; takes into account the expectations of the stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behaviour; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship*”.

Menurut *World Business Council on Sustainable Development* (WBCSD) *corporate social responsibility* adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku (*behavioural ethics*) dan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*). CSR bukan sekedar *discretionary*, tetapi suatu komitmen yang merupakan kebutuhan bagi perusahaan yang baik sebagai perbaikan kualitas hidup. Secara filosofis, jika perusahaan berusaha untuk berguna bagi umat manusia maka dalam jangka panjang akan tetap berkembang [12].

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia dulu masih bersifat sukarela (*voluntary disclosure*), berdasarkan pernyataan dalam PSAK No. 1 (Penyesuaian) paragraf 14. Pengungkapan tanggung jawab sosial yang masih bersifat sukarela tersebut menyebabkan kebijakan mengenai tanggung jawab sosial setiap perusahaan berbeda-beda meskipun pada perusahaan dengan sektor industri yang sama sehingga mengakibatkan adanya perbedaan pada tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*. Tetapi, saat ini pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak bersifat sukarela melainkan

sudah menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan dalam menerapkan tanggung jawab sosialnya yang diatur dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas [12].

Di Indonesia, tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur menurut Undang-undang tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 adalah [13]:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajiban.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Selain itu, perseroan terbatas dalam menjalankan usaha dibidang dan atau Berkaitan dengan usaha sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial lingkungan berdasarkan pasal 74 ayat 1 UU Nomor 40 Tahun 2007.

Dalam pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial peneliti menggunakan rumus [14]:

$$CSR = \frac{\text{Jumlah Item Yang Diungkapkan}}{\text{Total Item Pengungkapan}} \quad (2.1)$$

Berdasarkan penjelasan diatas, pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan bentuk kewajiban bagi suatu perusahaan yang sudah ditetapkan atau diatur oleh undang-undang sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan sosial sekitar perusahaan dan para pemangku kepentingan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial guna keberlanjutan perusahaan tersebut.

Indikator pengungkapan tanggung jawab sosial dalam penelitian ini adalah mengacu pada indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) [14]. Indikator GRI terdiri dari 91 item pengungkapan fokus pada ekonomi, lingkungan, dan sosial. Berikut disajikan tabel dari pengungkapan tanggung jawab sosial [14]:

Tabel 2.1 Indikator CSR Berdasarkan GRI-G4

KATEGORI EKONOMI		
Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
	EC2	Implikasi finansial dan resiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atau program imbalan pasti
	EC4	Bantuan financial yang diterima dari pemerintah
Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang diperkerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasional yang signifikan
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan termasuk besarnya dampak
Praktek Pengadaan	EC9	Perbandingan dan pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan inputdaur ulang
Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar energi
	EN5	Intensitas energi
Air	EN6	Pengurangan konsumsi energi
	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
Keberagaman Hayati	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati diluar kawasan lindung
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan dikawasan dengan nilai keanekaragaman hayati di luar kawasan lindung.
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam <i>red list</i> dan spesies dalam daftar <i>species</i> yang dilindungi nasional dengan habitat ditempat yang di pengaruhi oleh operasional, berdasarkan tingkat resiko kepunahan
Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)

Sambungan Tabel 2.1

Efluen dan Limbah	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	NO _x , SO _x , dan emisi udara signifikan lainnya
	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot soal limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase, limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, dan status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dan badan air, dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
Kepatuhan	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasikan menurut kategori
Transportasi	EN29	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atau ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
Lain-lain	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lainnya serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
Asesmen Pemasok Atas Lingkungan	EN31	Total pengeluaran dari investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL		
SUB-KATEGORI : PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama

Sambungan Tabel 2.1

LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
-----	--

	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen pekerja yang
KATEGORI SOSIAL		
SUB-KATEGORI : PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
		membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA7	Pekerja yang sering terkena dan beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Perentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok, usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan alokasi operasional yang signifikan
Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB KATEGORI : HAK ASASI MANUSIA		
Investasi	HR1	Jumlah dan total persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
Non-Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi atau tindakan kolektif yang diambil.
Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk

Sambungan Tabel 2.1

		melaksanakan kebebasan berserikatan dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok diidentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
SUB-KATEGORI : HAK ASASI MANUSIA		
Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
Praktik Pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hal-hal masyarakat adat dan tindakan yang diambil\
Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia
SUB-KATEGORI : MASYARAKAT		
Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
	SO3	Jumlah total persentase operasi dinilai terhadap resiko terkait dengan korupsi dan resiko yang signifikan teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
Kepatuhan	SO8	Nilai moneter dengan yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpastian terhadap undang-undang dan peraturan

Sambungan Tabel 2.1

Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO9 SO10	Persentasi penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI : TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUKSI		
Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR1	d Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
Komunikasi Pemasaran	PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
	PR5 PR6	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
Kepatuhan	PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor menurut jenis hasil
	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

2.1.2 Kualitas Audit

Kualitas Audit memberikan jasa audit dalam menyajikan laporan keuangan atau informasi akan kinerja perusahaan yang harus disajikan dengan akurat dan terpercaya. Kualitas audit dapat diukur dengan proksi ukuran KAP, auditor spesialis, dan independensi auditor. Ukuran KAP dapat dibedakan menjadi dua yaitu KAP *Big Four* dan KAP *Non Big Four*. KAP *Big Four* adalah KAP yang memiliki keahlian dan reputasi tinggi dibandingkan dengan KAP *Non Big Four*. sehingga, auditor yang bekerja di KAP yang berafiliasi dengan *Big Four* akan berkualitas dan memiliki reputasi tinggi yang memungkinkan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial lebih luas [15].

Kualitas audit berhubungan dengan jaminan auditor dalam bentuk pernyataan

bahwa laporan keuangan tidak menyajikan kesalahan yang materil yang memuat kecurangan. Kualitas audit dapat dilihat dari tingkat kepatuhan auditor dalam melaksanakan berbagai tahapan yang seharusnya dilaksanakan dalam sebuah pengauditan. Tujuan dari pengauditan laporan keuangan adalah untuk menyatakan pendapat apakah laporan keuangan klien telah menyajikan secara wajar dalam menyampaikan informasi sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum. Hal ini mengharuskan KAP memiliki pengetahuan mengenai karakteristik industri tertentu yang mempengaruhi pengauditan. KAP yang mempunyai banyak klien dalam industri yang sama (spesialisasi pada industri tertentu) akan lebih memahami resiko audit kas yang ada dalam industri khusus tersebut. Spesialisasi auditor ditemukan berhubungan positif dengan kualitas pelaporan [15]. Ada tiga elemen dalam auditing [15]:

1. Auditor dalam menjalankan pemeriksaan harus independen dan objektif.
2. Auditor harus mempunyai kecukupan bukti untuk mendukung pendapatnya atas kewajaran laporan keuangan klien. Bukti dapat diperoleh melalui pengamatan, inspeksi, pengajuan pertanyaan, dan konfirmasi secara objektif.
3. Auditor harus menyampaikan hasil pekerjaannya dalam bentuk laporan audit. Laporan audit digunakan untuk mengkomunikasikan hasil audit kepada pihak-pihak yang menggunakan informasi laporan keuangan. Tujuan dari audit laporan keuangan adalah memberikan pendapat atas kewajaran laporan keuangan yang dibuat oleh klien. Dalam memberikan pendapat auditor harus didukung dengan kecukupan bukti audit yang diperoleh selama proses audit [15].

Seorang auditor dikatakan independen apabila auditor tersebut tidak memihak salah satu pihak dan bersikap netral. Independensi akuntan publik dapat terpengaruh jika akuntan publik mempunyai kepentingan keuangan atau mempunyai hubungan usaha dengan klien yang diaudit. Indikator kualitas audit dalam penelitian ini adalah KAP yang digunakan perusahaan dalam mengaudit laporan keuangan. Perusahaan yang mengaudit laporan keuangan dengan menggunakan jasa KAP yang berafiliasi dengan *Big Four* akan lebih melaksanakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara luas dibandingkan perusahaan yang mengaudit laporan keuangan dengan menggunakan jasa KAP yang tidak berafiliasi dengan *Big Four*. Dalam penelitian ini kualitas audit dapat diproksikan dengan KAP yang digunakan perusahaan dalam mengaudit laporan keuangannya [15].

KAP yang berafiliasi dengan *Big Four* diberi nilai 1

KAP yang tidak berafiliasi dengan *Big Four* diberi nilai 0

Berdasarkan penjelasan diatas, kualitas audit memberikan jasa dalam menyajikan laporan keuangan atau informasi akan kinerja perusahaan yang harus disajikan dengan akurat dan terpercaya. Laporan keuangan tahunan yang sudah diperiksa oleh akuntan publik dapat menjadi dasar yang berguna dalam pengambilan keputusan. Hubungan kualitas audit dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu dengan adanya seorang auditor, maka laporan keuangan perusahaan sudah sangat jelas dipergunakan untuk hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan dan salah satunya dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.1.3 Dewan Komisaris Independen

Komisaris independen adalah anggota komisaris yang tidak memiliki hubungan keuangan, kepengurusan, kepemilikan saham, atau hubungan keluarga dengan anggota dewan komisaris lainnya, direksi atau pemegang saham pengendali yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen. Pemegang saham pengendali adalah pemegang saham yang memiliki 20% atau lebih saham perusahaan atau yang memiliki kemampuan untuk menentukan baik secara langsung atau tidak langsung, pengelolaan atau kebijakan perusahaan meskipun jumlah yang dimiliki kurang dari 20% [16].

Keterlibatan atau persetujuan dewan komisaris dalam pengambilan keputusan kegiatan operasional tersebut merupakan bagian dari tugas pengawasan dewan komisaris sehingga tidak meniadakan tanggung jawab direksi dalam pelaksanaan kepengurusan. Syarat Komisaris Independen [16].

- a. Jumlah komisaris independen harus sebanding dengan jumlah saham yang dimiliki oleh non pemegang saham pengendali dengan ketentuan jumlah komisaris independen sekurang-kurangnya 30% dari seluruh anggota komiaris.
- b. Dewan komisaris wajib ,emberikan rekomendasi perbaikan atau saran kepada seluruh anggota direksi perusahaan tercatat yang bersangkutan selambat-lambatnya 7 hari kerja setelah dewan komisaris menerima laporan akhir hasil penelaahan yang telah dilakukan oleh komite audit dengan melampirkan hasil penelaahan.
- c. Komisaris independen wajib menyampaikan peristiwa atau kejadian penting yang diketahuinya kepada dewan komisaris perusahaan tercatat.

Fungsi utama dewan komisaris adalah memberikan supervisi kepada dewan direksi dalam menjalankan tugasnya. Dewan komisaris juga berkewajiban memberikan pendapat dan saran kepada dewan direksi. Melalui peran dewan komisaris dalam menjalankan fungsi pengawasannya terhadap tindakan manajemen dalam pengelolaan perusahaan, proporsi dewan komisaris memberikan kontribusi yang efektif terhadap kualitas dari hasil penyusunan laporan keuangan yang dilakukan oleh pihak manajemen. Berikut kriteria dewan komisaris independen sebagai berikut [17]:

1. Komisaris independen bukan merupakan anggota manajemen.
2. Komisaris independen bukan merupakan pemegang saham mayoritas, atau seorang pejabat dari (atau dengan cara lain yang berhubungan langsung ataupun tidak langsung dengan) pemegang saham mayoritas perusahaan.
3. Komisaris independen dalam kurun waktu tiga tahun terakhir tidak dipekerjakan dalam kapasitasnya sebagai eksekutif oleh perusahaan lainnya dalam satu grup usaha.
4. Komisaris independen bukan merupakan penasehat profesional perusahaan atau perusahaan lainnya yang satu grup dengan perusahaan tersebut.
5. Komisaris independen bukan merupakan seorang pemasok atau pelanggan yang signifikan dan berpengaruh dari perusahaan atau perusahaan lainnya yang satu grup, atau dengan cara lain yang berhubungan secara langsung ataupun tidak langsung dengan pemasok atau pelanggan tersebut.
6. Komisaris independen tidak memiliki hubungan kontraktual dengan perusahaan atau perusahaan lainnya yang satu grup.
7. Komisaris independen harus bebas dari kepentingan dan urusan bisnis apapun atau hubungan lainnya yang dapat, atau secara wajar dapat dianggap sebagai campur tangan secara material dengan kemampuan sebagai seorang komisaris.

Ada beberapa misi yang diemban komisaris independen untuk mewujudkan kehidupan bisnis yang sehat, bersih, dan bertanggung jawab. Pertama, mendorong terciptanya iklim yang objektif, dan keadilan untuk semua kepentingan sebagai prinsip utama pembuatan keputusan manajerial. Kedua, mendorong diterapkannya prinsip dan praktek *good corporate governance* di Indonesia. Ketiga, bertanggung jawab untuk mendorong diterapkannya prinsip *good corporate governance* melalui pemberdayaan dewan komisaris agar dapat melakukan tugas

pengawasan dan pemberian nasehat kepada manajer secara efektif dan memberikan nilai tambah bagi perusahaan [18]. Ada beberapa tugas dan tanggung jawab komisaris independen yaitu [18]:

- a. Memiliki strategi bisnis yang efektif, termasuk memantau jadwal, anggaran, dan efektivitas strategi.
- b. Mengangkat eksekutif dan manajer-manajer profesional.
- c. Memiliki informasi, sistem pengendalian, dan sistem audit yang bekerja dengan baik.
- d. Mematuhi hukum dan perundangan yang berlaku dalam menjalankan operasinya.
- e. Risiko dan potensi krisis selalu diidentifikasi dan dikelola dengan baik.
- f. Prinsip-prinsip dan praktek *good corporate governance* dipatuhi dan diterapkan dengan baik.

Dengan 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 prinsipal di dalam perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial, karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi didalam entitas. Dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan, maka image perusahaan akan semakin baik. Dewan komisaris independen wajib memberikan rekomendasi perbaikan atau saran lalu menyampaikan kepada seluruh anggota direksi perusahaan tercatat yang bersangkutan, selambat-lambatnya 7 hari kerja setelah dewan komisaris menerima laporan akhir hasil penilaian komite audit dengan menampilkan hasil penilaian tersebut. Dalam penelitian perhitungan dewan komisaris independen adalah sebagai berikut [16]:

$$\text{Dewan Komisaris} = \frac{\text{Jumlah Dewan Komisaris Independen}}{\text{Total Anggota Dewan Komisaris}} \quad (2.1)$$

2.1.4 Leverage

Leverage yaitu perbandingan antara total kewajiban (total utang) dengan modal sendiri (*equity*). *Leverage* diproksikan dengan *Debt to Equity* (DER) digunakan untuk mengukur sejauh mana asset perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya seberapa besar beban utang yang harus ditanggung perusahaan dibandingkan dengan asetnya. Dalam artian luas dikatakan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka

panjang [19]. Rasio ini menunjukkan sejauh mana modal sendiri menjamin seluruh utang. Rasio ini dapat dibaca sebagai perbandingan antara dana pihak luar dan dana pemilik perusahaan yang dimasukkan ke dalam perusahaan [17].

Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi kemungkinan besar akan melanggar perjanjian kredit terhadap hutang kepada kreditur karena manajer perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba perusahaan sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Oleh karena itu, jika dikaitkan dengan tanggung jawab sosial perusahaan maka perusahaan akan melakukan pengungkapan informasi tanggung sosial perusahaan lebih sedikit karena perusahaan akan lebih luas melakukan pengungkapan informasi kepada kreditur [19].

Jumlah utang di dalam neraca akan menunjukkan besarnya modal pinjaman yang digunakan dalam operasi perusahaan. Modal pinjaman dapat berupa utang jangka pendek maupun utang jangka panjang. Suatu hal yang penting diingat adalah bahwa pembayaran bunga kepada para kreditur atas modal pinjaman perusahaan harus didahulukan sebelum laba dapat dibagikan kepada para pemegang saham. Oleh karena itu, para pemegang saham dan calon pemegang saham akan menaruh perhatian pada jumlah utang serta kemampuan perusahaan membayar bunga dan pinjaman pokok. [19]. Tujuan dan Manfaat rasio *leverage* [19]:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditur).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolah aktiva.
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kali modal sendiri yang dimiliki.

Untuk menilai dan mengetahui berapa dana pinjaman yang segera akan ada terdapat sekian kalinya modal sendiri. Rasio *leverage* diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan perbandingan antara hutang lancar dan hutang jangka panjang dan jumlah seluruh aktiva yang diketahui (atau rasio yang menunjukkan berapa banyak hutang perusahaan dibandingkan dengan modal perusahaan).

Perhitungannya adalah sebagai berikut [19]:

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}} \quad (2.2)$$

Berdasarkan penjelasan diatas, Leverage menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melakukan pengelolaan terhadap sumber dana baik yang berasal dari hutang ataupun aset yang dimiliki perusahaan. Hubungan antara leverage dengan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah semakin besar utang perusahaan kepada kreditur maka semakin sedikit biaya yang tersisa untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, yang terpenting bagi perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi maka perusahaan dapat memperoleh utang dengan mudah dan mudah pula melunasinya. Sehingga perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi cenderung mengesampingkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan nya. Dibandingkan perusahaan yang memiliki tingkat leverage yang rendah.

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain dengan total aset, total penjualan, nilai pasar saham dan sebagainya. Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008, mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau badan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung atau tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif, yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau swasta, usaha patungan, usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Kategori ukuran perusahaan menurut Badan Standarisasi Nasional terbagi jadi 3 jenis:

1. Perusahaan Besar

Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan, dan memiliki penjualan bersih lebih dari 50 Milyar/tahun.

2. Perusahaan Menengah

Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1-10 Milyar termasuk tanah dan bangunan, dan memiliki penjualan lebih besar dari Rp. 1 Milyar dan kurang dari 50 Milyar/tahun.

3. Perusahaan Kecil

Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki penjualan minimal 1 Milyar/tahun.

Semakin besar perusahaan dapat memberikan asumsi bahwa perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat luas sehingga perusahaan yang berskala besar akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan lebih luas dibandingkan perusahaan yang berskala kecil [17].

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aset ataupun total penjualan bersih. Semakin besar total aset maupun penjualan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Semakin besar aset maka semakin besar modal yang ditanam, sementara semakin banyak penjualan maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan [17].

Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung resiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Perusahaan besar memiliki resiko yang lebih rendah dari pada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan memiliki kontrol yang lebih baik (*greater control*) terhadap kondisi pasar sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi. Selain itu, perusahaan besar mempunyai sumber daya agar dapat memiliki akses terhadap sumber daya pendanaan dari eksternal dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan dapat dibagi tiga kategori, yaitu: perusahaan besar, perusahaan menengah,

perusahaan kecil. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan *Logaritma Natural* Total Aset [17]:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln \text{ Total Aset} \quad (2.3)$$

Ukuran perusahaan dapat diukur melalui total aset perusahaan tersebut. Semakin besar perusahaan maka memiliki kemampuan bertahan daripada perusahaan kecil. Berdasarkan pada teori *legitimacy*, perusahaan besar cenderung melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan nya, karena dampaknya bagi perusahaan untuk menjaga reputasi dan citra mereka dalam diri konsumen ataupun *stakeholders* secara menyeluruh. Semakin besar perusahaan maka semakin besar pula sumberdaya yang dimilikinya, maka hal tersebut bisa membuat kepercayaan terhadap *stakeholder* dan bisa mengungkapkan tanggung jawab sosial nya secara luas.

2.1.6 Umur Perusahaan

Umur perusahaan (*age*) merupakan indikator umum yang dapat dilihat dari perusahaan dalam menjalankan kelangsungan perusahaan tersebut. Umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menjalankan kelangsungan perusahaan (*going concern*). Umur perusahaan merupakan hal yang penting bagi investor untuk mengetahui tingkat keuntungan perusahaan, dikarenakan adanya pengalaman dari manajemen sebelumnya dalam mengelola bisnisnya. Dalam suatu perusahaan, umur merupakan bagian dari dokumentasi perusahaan yang menunjukkan tentang apa yang sudah dan akan di raih oleh perusahaan untuk tetap berdiri dan mampu bersaing di dalam dunia usaha [20].

Umur perusahaan yang sudah lama beroperasi akan membuat perusahaan yang bersangkutan memahami apa yang diinginkan oleh *stakeholder* dan *shareholder* nya. Perusahaan yang sudah lama beroperasi tentunya akan mendapat perhatian lebih dari masyarakat luas. Dengan demikian tentunya perusahaan yang sudah lama berdiri akan selalu menjaga stabilitas dan citra perusahaan. Untuk menjaga stabilitas dan citra, perusahaan sering kali digunakan dalam menentukan tingkat resiko perusahaan. Pengukuran umur perusahaan dihitung sejak terdافتarnya perusahaan sampai dengan data observasi (*annual report*) dari *annual report* yang diterbitkan perusahaan akan mengungkapkan seberapa bagus kemampuan perusahaan dalam menjaga stabilitas dan citra [20].

Umur perusahaan yang semakin tua menandakan perusahaan sudah berpengalaman dalam menjalankan usahanya sehingga lebih bisa mendapatkan kepercayaan dari investor. Selain itu,

perusahaan yang lebih tua dianggap sudah memasuki masa-masa keuntungan jika dibandingkan dengan perusahaan yang masih belum memiliki banyak transaksi. Hal ini mengakibatkan perusahaan yang baru beroperasi akan mengalami kesulitan dalam memperoleh dana dari investor sehingga perusahaan lebih mengandalkan modalnya sendiri.

Semakin lama perusahaan beroperasi, maka akan semakin banyak informasi yang diperoleh perusahaan tersebut karena memiliki hubungan erat dengan perkembangan perusahaan dan perilaku yang bergerak pada kemajuan secara bertahap sesuai dengan umur perusahaan tersebut sehingga dapat memperkecil ketidakpastian di masa yang akan datang. Perusahaan yang sudah lama beroperasi atau bertahan akan memiliki banyak pengolahan informasi akuntansi dari pada perusahaan yang baru beroperasi, sehingga jika dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, bahwa perusahaan yang sudah lama akan cenderung menghasilkan informasi CSR yang lebih banyak. Dalam penelitian ini dapat diproksikan bahwa ukuran perusahaan [21]:

$$\text{Umur Perusahaan} = \text{Tahun Pengamatan} - \text{Tahun IPO} \quad (2.4)$$

Berdasarkan penjelasan diatas, Umur perusahaan dapat dilihat pada saat perusahaan listing di BEI hingga saat ini. Semakin lama perusahaan beroperasi maka perusahaan tersebut akan semakin memiliki pengalaman dan pengetahuan mengenai apa yang dibutuhkan mengenai informasi tentang perusahaan. Maka diharapkan perusahaan akan semakin luas dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan nya.

2.1.7 Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan adalah kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonomi ditengah pertumbuhan perekonomian. Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu indikator yang menunjukkan tingkat kinerja keuangan suatu perusahaan yang dapat diukur dengan penjualan perusahaan [22].

Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan yang tinggi atau stabil akan berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan sehingga menjadi pertimbangan manajemen perusahaan dalam menentukan struktur modal. Tingkat pertumbuhan penjualan tinggi, berarti volume penjualan meningkat, sehingga perlu peningkatan kapasitas produksi. Pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari perubahan penjualan tahun sebelum dan tahun periode selanjutnya. Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan

total penjualan keseluruhan. Ada beberapa cara penjualan yang bisa dirancang untuk mendobrak volume penjualan dengan menggunakan lima pilar penetrasi dan pengembangan penjualan yang maasih terbuka lebar, luas, dan dalam adalah sebagai berikut [22]:

- a. Produk atau jasa eksisting ke *market ecisting* atau penjualan produk yang ada kepada pelanggan yang eksisting.
- b. Produk *Re-design* ke *market existing*
- c. Produk baru ke *market existing*
- d. Produk *existing* ke *market* baru penjualan produk yang ada ke pasar yang baru
- e. Produk baru ke *market* baru.

Keuntungan yang diperoleh apabila memiliki pelanggan besar dari perusahaan ternama. Selain volume penjualan yang meningkat, potensi *repeat order* dari *up* dan *closer selling*. Selain itu, ketika menjual kepada prospek potensi-potensi, proses menjual akan lebih mudah karena pengaruh magnet daftar klien perusahaan yang terkenal. Keuntungan lain adalah memperkecil peluang pesaing tumbuh lebih cepat. Untuk memperkuat basis pertumbuhan penjualan, mencari pelanggan baru adalah hal yang sangat penting. Pertumbuhan penjualan tidak hanya tergantung pada *sales farming*, sangat penting mencari penjualan melalui pelanggan baru. Walaupun biaya operasional penjualan mencari dan memelihara pelanggan baru lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan yang ada, selama pertumbuhan penjualan signifikan akan membuat *cost ratio* penjualan akan menjadi efisien dan rendah [22].

Pertumbuhan perusahaan sangat berkaitan dengan kelangsungan suatu usaha dalam menghasilkan laba perusahaan guna meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi akan menjadi sorotan masyarakat sehingga diprediksi perusahaan mempunyai kesempatan pertumbuhan lebih tinggi cenderung lebih banyak dalam melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk tumbuh berkelanjutan ditentukan oleh empat faktor yang terdiri dari [23]:

- a. *Profit Margin*, semakin tinggi *profit* akan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan dana secara internal dan akan meningkatkan pertumbuhan berkelanjutan perusahaan.
- b. *Devidend Policy*, semakin rendah persentasi laba bersih yang dibayar sebagai deviden, maka semakin tinggi rasio laba ditahan. Hal ini meningkatkan modal sendiri yang berasal dari perusahaan dan akan meningkatkan pertumbuhan berkelanjutan perusahaan.

- c. *Financial Policy*, semakin tinggi rasio hutang dengan modal akan meningkatkan *financial leverage* perusahaan karena perusahaan melakukan penambahan pendanaan dengan utang maka akan meningkatkan pertumbuhan berkelanjutan perusahaan.
- d. *Total Asset Turnover*, semakin tinggi perputaran aktiva semakin besar kemampuan perusahaan untuk menghasilkan penjualan dengan menggunakan setiap rupiah aktiva. Hal ini berarti semakin menurun kebutuhan perusahaan untuk menambah aktiva baru karena peningkatan penjualan, sehingga akan meningkatkan pertumbuhan berkelanjutan.

Pertumbuhan perusahaan dapat di rumuskan sebagai berikut [23]:

$$\text{Pertumbuhan Perusahaan} = \frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t-1}{\text{Penjualan } t-1} \quad (2.5)$$

Keterangan:

Penjualan_t : penjualan pada tahun pertama

Penjualan_{t-1} : penjualan pada tahun sebelumnya

Berdasarkan penjelasan diatas, pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya. Pertumbuhan perusahaan dapat diukur dengan cara melihat total penjualan setiap tahunnya. Pertumbuhan perusahaan sangat berkaitan dengan kelangsungan hidup suatu perusahaan untuk dapat menghasilkan laba. Perusahaan yang memiliki citra yang bagus akan meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada perusahaan untuk membeli produknya sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi akan menjadi sorotan masyarakat sehingga perusahaan akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara luas.

2.1.8 Profitabilitas

Profitabilitas diprosikan dengan *Return on Asset (ROA)* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas perusahaan. Perusahaan adalah sebuah organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan, dengan cara menjual produk (barang/jasa) kepada pelanggan. Tujuan operasional dari sebagian perusahaan adalah untuk memaksimalkan profit, baik profit jangka pendek maupun jangka panjang. Manajemen dituntut untuk meningkatkan imbal hasil (*return*) baik pemilik perusahaan, sekaligus juga meningkatkan kesejahteraan karyawan [24].

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal. Rasio profitabilitas digunakan sebagai alat yang digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas kinerja manajemen [24].

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun pihak luar, yaitu [19]:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Pengukuran rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara sebagai komponen yang ada dalam laporan laba rugi atau neraca. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa metode. Tujuannya adalah untuk memonitor dan mengevaluasi tingkat perkembangan profitabilitas perusahaan dari waktu ke waktu. Perusahaan dengan tingkat rasio profitabilitas yang tinggi cenderung akan termotivasi untuk mempublikasikan laporan keuangan perusahaan kepada publik untuk menilai kinerja perusahaan tersebut. Sehingga, perusahaan akan cenderung melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin luas [19].

Konsep profitabilitas ini dalam teori keuangan sering digunakan sebagai indikator kinerja fundamental perusahaan mewakili kinerja manajemen. Sesuai dengan perkembangan odell penelitian bidang manajemen keuangan, umumnya profitabilitas memiliki hubungan kualitas terhadap perusahaan. ROA merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atau jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga merupakan salah satu indikator yang mencerminkan performa keuangan perusahaan, semakin tinggi nilai ROA yang mampu diraih perusahaan maka performa keuangan perusahaan tersebut dapat dikategorikan baik.

Dalam penelitian ini rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba adalah *Return on Asset* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan berapa

besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung pengembalian atas aset [24]:

$$\text{Return on Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \quad (2.6)$$

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari aktivitas perusahaan baik dari penjualan maupun dari investasi. Perusahaan dengan dengan tingkat rasio profitabilitas yang tinggi akan membuat manajemen perusahaan bebas dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial kepada *stakeholders*, karena ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi maka manajemen perusahaan akan termotivasi untuk mempublikasikan laporan keuangan kepada pihak eksternal perusahaan agar dapat menilai kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba.

2.2 *Review* Peneliti Terdahulu

Beberapa peneliti terdahulu akan diuraikan secara ringkas mengenai faktor-faktor yang yang berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan karena penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya. Adapun rincian *review* peneliti terdahulu antara lain:

1. Aditya Dharmawan Krisna dan Novrys Suhardianto (2016)

Aditya Dharmawan Krisna dan Novrys Suhardianto (2016) melakukan penelitian dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 25 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2012. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan komite audit memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan tidak ditemukan bukti pengaruh profitabilitas, *leverage*, kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, dan ukuran dewan direksi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial [9].

2. Dody Hapsoro (2013)

Dody Hapsoro (2013) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Governance* dan Kualitas Audit Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Penelitian ini menggunakan sampel dari semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan

periode pengamatan pada tahun 2009. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, variabel proporsi kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, proporsi komisaris independen, ukuran komite audit, dan kualitas audit berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan secara parsial, ukuran dewan komisaris, proporsi komisaris independen, ukuran komite audit, dan kualitas audit berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Tetapi, proporsi kepemilikan institusional tidak terbukti berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* [4].

3. I Gusti Ayu Laksmi Indrawaswari dan Ni Putu Sri Harta Mimba (2017)

I Gusti Ayu Laksmi Indrawaswari dan Ni Putu Sri Harta Mimba (2017) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Kapitalisasi Pasar, dan Kepemilikan Saham Publik pada Tingkat Pengungkapan CSR”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 11 dengan 44 pengamatan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, variabel kapitalisasi pasar berpengaruh positif pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan variabel kepemilikan saham publik berpengaruh negatif pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan [11].

4. Linda Santioso dan Erlina Chandra (2013)

Linda Santioso dan Erlina Chandra (2013) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen Dalam Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 45 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan proporsi Dewan Komisaris Independen berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan, *Leverage*, dan Umur Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* [6].

5. Siti Munsaidah, Rita Andini, dan Agus Supriyanto (2016)

Siti Munsaidah, Rita Andini, dan Agus Supriyanto (2016) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh *Firm Size*, *Age*, Profitabilitas, *Leverage*, dan *Growth* Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 perusahaan yang memenuhi kriteria pada perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2014. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Firm Size*, *Age*, Profitabilitas, *Leverage*, dan *Growth* Perusahaan secara simultan berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial [8].

6. Sofia Prima Dewi dan Keni (2013)

Sofia Prima Dewi dan Keni (2013) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Umur Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 105 perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2009-2011. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan umur perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan [10].

7. Thio Lie Sha

Thio Lie Sha (2013) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI”. Penelitian ini menggunakan sampel 30 perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2011. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dan ukuran dewan komisaris dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan [7].

8. Yulinia Erwanti dan Haryanto (2017)

Yulinia Erwanti dan Haryanto (2017) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dewan Komisaris, Komite Audit, dan Kualitas Audit Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggung jawaban Sosial”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 36 perusahaan pada perusahaan manufaktur yang *listing* di Bursa Efek Indonesia pada

tahun 2013-2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas audit berpengaruh positif terhadap informasi tanggung jawab sosial perusahaan dan ukuran perusahaan, profitabilitas, dewan komisaris, dan komite audit tidak memiliki pengaruh terhadap informasi tanggung jawab sosial [5].

Tabel 2.2 *Review* Peneliti Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
Aditya Dharmawan Krisna, Novrys Suhardianto (2016)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	<p><u>Variabel dependen:</u> Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial</p> <p><u>Variabel independen:</u> a. Ukuran Perusahaan b. Profitabilitas c. <i>Leverage</i> d. Kepemilikan Institusional e. Ukuran Dewan Komisaris f. Ukuran Dewan Direksi g. Ukuran Komite Audit</p>	<p><u>Secara Simultan:</u> Ukuran Perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i>, kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi dan ukuran komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</p> <p><u>Secara Parsial:</u> a. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. b. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap</p>

Sambungan Tabel 2.2

			<p>pengungkapan tanggung jawab sosial</p> <p>c. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial</p> <p>d. Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial</p> <p>e. Ukuran Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial</p> <p>f. Ukuran Dewan Direksi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial</p> <p>g. Ukuran Komite Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial</p>
--	--	--	---

Dody Hapsoro (2013)	Pengaruh <i>Corporaten Governance</i> dan Kualitas Audit terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	<u>Variabel dependen:</u> <i>Corporate Social Responsibility</i>	<u>Variabel Independen</u> a. Proporsi kepemilikan b. Ukuran dewan komisaris c..Proporsi komisaris independen d. Ukuran komite audit e. Kualitas audit	<u>Secara Simultan:</u> Proporsi kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, proporsi komisaris independen ukuran komite audit, dan kualitas audit. <u>Secara Parsial:</u> a. Proporsi Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> b. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> c. Proporsi Komisaris Independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> d. Ukuran Komite Audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> e. Kualitas Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>
---------------------	---	---	---	---

Sambungan Tabel 2.2

I Gusti Ayu Laksmi Indraswari dan Ni Putu Sri Harta Mimba (2017)	Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan, dan Kapitalisasi Pasar, dan Kepemilikan Saham Publik Pada Tingkat Pengungkapan <i>CSR</i>	<u>Variabel dependen:</u> Tingkat Pengungkapan <i>CSR</i>	<u>Variabel Independen</u> a. Profitabilitas b.Pertumbuhan Perusahaan c. Kapitalisasi Pasar d.Kepemilikan Saham Publik	terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> <u>Secara Simultan:</u> Profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kapitalisasi pasar, dan kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan <i>CSR</i> . <u>Secara Parsial:</u> a. Profitabilitas tidak berpengaruh pada tingkat pengungkapan <i>CSR</i> . b. Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh pada tingkat pengungkapan <i>CSR</i> . c. Kapitalisasi pasar berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>
--	---	--	--	--

			<p>pada tingkat pengungkapan CSR.</p> <p>d. Kepemilikan Saham Publik berpengaruh negatif pada tingkat pengungkapan CSR</p>
Linda Santioso dan Erline chandra (2013)	<p>Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i>, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen Dalam Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>	<p><u>Variabel dependen:</u> Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p><u>Variabel independen:</u> a. Profitabilitas b. Ukuran Perusahaan c. <i>Leverage</i> d. Umur Perusahaan e. Dewan Komisaris Independen</p>	<p><u>Secara Simultan:</u> Profitabilitas, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan umur perusahaan, dewan komisaris independen berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>.</p> <p><u>Secara Parsial:</u> a. Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>. b. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>. c. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i></p>

			<p>Sambungan Tabel 2.2</p> <p>d. Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i></p> <p>e. Dewan komisaris independen berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i></p>
Siti Munsaidah, Rita Andini, dan Agus Supriyanto (2016)	<p>Anlisis Pengaruh <i>Frim Size</i>, <i>Age</i>, Profitabilitas, dan <i>Growth</i> Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Pada Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> yang</p>	<p><u>variabel dependen:</u> <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p><u>Variabel independen:</u> a. <i>Firm Size</i> b. <i>Age</i> c. Profitabilitas d. <i>Leverage</i> e. <i>Growth</i></p>	<p><u>Secara Simultan:</u> <i>Firm Size</i>, <i>Age</i>, Profitabilitas, <i>Leverage</i>, dan <i>Growth</i> perusahaan berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p><u>Secara Parsial:</u> a. <i>Firm Size</i> berpengaruh</p>

	Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014		positif terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> b. <i>Age</i> tidak berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> c. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> d. <i>Leverage</i> berpengaruh positif negative terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> e. <i>Growth</i> berpengaruh terhadap oengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
Sopia Prima Dewi dan Keni (2013)	Pengaruh Umur Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	<u>Variabel dependen:</u> Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan <u>Variabel independen:</u> a. Umur Perusahaan b. Profitabilitas c. Ukuran Perusahaan d. <i>Leverage</i>	<u>Secara Simultan:</u> Umur Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan <i>Levarage</i> dan <i>leverage</i> , berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. <u>Secara Parsial:</u> a. Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. b. Profitabilitas berpengaruh terhadap
			pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan c. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan d. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan
Thio Lie Sha (2014)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada	<u>Variabel Dependen:</u> Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial <u>Variabel Independen:</u>	<u>Secara Simultan:</u> Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. <u>Secara Parsial:</u>

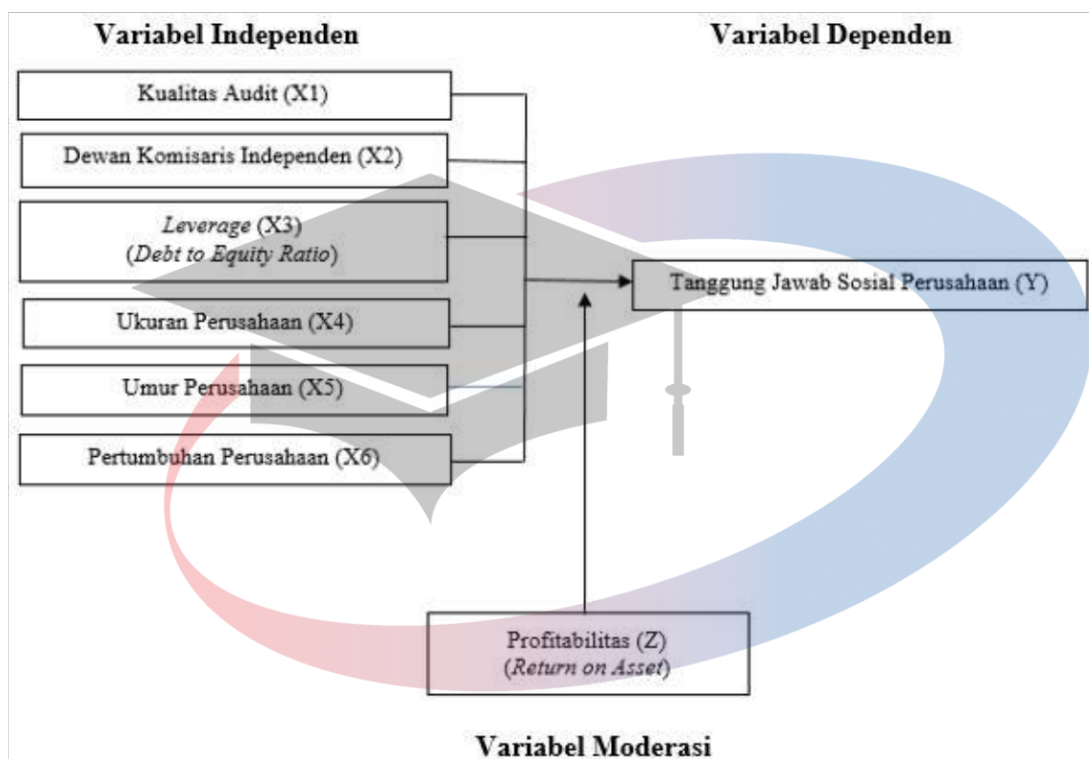
Sambungan Tabel 2.2

	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI	<ul style="list-style-type: none"> a. Ukuran perusahaan b. Ukuran dewan komisaris c. Profitabilitas d. <i>leverage</i> 	<ul style="list-style-type: none"> a. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. b. Ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. c. Profitabilitas berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. d. <i>Levarage</i> tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.
Yulinia Erwanti dan Haryanto (2017)	Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Dewan Komisaris, Komite Audit, dan Kualitas Audit terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial	<p><u>Variabel dependen:</u> Informasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.</p> <p><u>Variabel independen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a. Ukuran Perusahaan b. Profitabilitas c. Dewan Komisaris d. Komite Audit e. Kualitas Audit 	<p><u>Secara Simultan:</u> Ukuran perusahaan, profitabilitas, dewan komisaris, komite audit dan kualitas audit berpengaruh terhadap informasi tanggung jawab sosial perusahaan.</p> <p><u>Secara Parsial:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a. perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap informasi tanggung jawab sosial perusahaan b. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap informasi tanggung jawab sosial perusahaan
			<ul style="list-style-type: none"> c. Dewan komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap informasi tanggung jawab sosial perusahaan d. Komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap informasi tanggung jawab sosial perusahaan e. Kualitas audit tidak berpengaruh signifikan terhadap informasi tanggung jawab sosial.

Sambungan Tabel 2.2

2.1 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu gambaran ringkas mengenai hubungan antara satu konsep dengan konsep lain yang akan diteliti atau yang menggambarkan pengaruh atau hubungan antara satu kejadian/fenomena dengan kejadian/fenomena lainnya. Berikut ini adalah gambaran kerangka konseptual dalam penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Kualitas Audit terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi

Perusahaan yang menggunakan KAP yang berafiliasi dengan *Big Four* akan lebih berkualitas dan akurat sehingga cenderung akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih luas [15]. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas audit terhadap tanggung jawab sosial perusahaan [4].

Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan termotivasi untuk mempublikasi laporan keuangannya kepada masyarakat untuk menilai kinerja perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi akan menjadi sorotan para investor sehingga perusahaan akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya. Dalam hal ini,

profitabilitas akan memperkuat hubungan kualitas audit terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H_{1a} : Kualitas audit berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

H_{2a} : Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara kualitas audit dengan tanggung jawab sosial

2.4.2 Pengaruh Dewan Komisaris Independen terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi

Dewan komisaris independen bertanggung jawab dalam pengendalian intern serta memonitor tindakan aktivitas manajemen perusahaan. Jika dikaitkan dengan tanggung jawab sosial perusahaan maka tekanan terhadap manajemen akan semakin besar untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan karena semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris akan semakin efektif dalam pengendalian aktivitas perusahaan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adanya pengaruh dewan komisaris independen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan [6].

Perusahaan yang memiliki dewan komisaris dapat memberikan pemantauan yang lebih baik terhadap kebijakan-kebijakan manajemen perusahaan. Perusahaan dengan jumlah dewan komisaris yang banyak dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam menghasilkan profit. Kinerja perusahaan yang meningkat ditandai dengan meningkatnya profitabilitas dalam perusahaan. Dengan meningkatnya profitabilitas, perusahaan akan lebih meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan lebih luas. Dalam hal ini, profitabilitas akan memperkuat hubungan dewan komisaris independen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H_{1b}: Dewan komisaris independen berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial

H_{2b} : Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara Dewan komisaris independen terhadap tanggung jawab sosial

2.4.3 Pengaruh *Leverage* terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan profitabilitas sebagai moderasi

Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi kemungkinan besar akan melanggar perjanjian kredit kepada kreditur karena manajer perusahaan akan berusaha melaporkan laba

perusahaan lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan kepada kreditur. Oleh karena itu, perusahaan akan melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial lebih sedikit karena perusahaan akan lebih luas melakukan pengungkapan informasi kepada kreditur [19]. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adanya pengaruh *Leverage* berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan [8].

Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung memiliki profitabilitas yang rendah karena adanya kewajiban perusahaan dalam membayar hutangnya kepada kreditur. Sehingga, biaya yang tersisa untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan sedikit karena perusahaan akan lebih mengedepankan untuk membayar hutangnya dari pada melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam hal ini, profitabilitas akan memperkuat hubungan *leverage* terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H_{1c}: *Leverage* berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan

H_{2c}: Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *leverage* terhadap tanggung jawab sosial

2.4.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan profitabilitas sebagai moderasi

Perusahaan yang memiliki ukuran yang lebih besar akan diperhatikan oleh masyarakat dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial yang lebih akurat. Semakin besar ukuran perusahaan maka informasi yang terkait dana tanggung jawab sosial akan semakin luas. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan [9].

Perusahaan dengan aset yang besar memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi karena penggunaan sumber daya yang digunakan perusahaan dapat dilakukan secara efisien dan maksimal dalam memperoleh profitabilitas perusahaan dibandingkan dengan perusahaan dengan aset yang kecil hanya menghasilkan profit yang relatif kecil. Sehingga, perusahaan mampu melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam hal ini, profitabilitas akan memperkuat hubungan ukuran perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H_{1d}: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial Perusahaan

H_{2d}: Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap tanggung jawab sosial

2.4.5 Pengaruh *Age* terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan profitabilitas sebagai moderasi

Perusahaan yang sudah lama berdiri memiliki banyak pengalaman dibandingkan perusahaan yang baru berdiri. Sehingga, semakin lama perusahaan bertahan maka semakin luas mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adanya pengaruh umur perusahaan (*age*) terhadap tanggung jawab sosial perusahaan [8].

Umur perusahaan sangat berkaitan dengan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Perusahaan yang telah lama berdiri umumnya memiliki profitabilitas yang stabil dibandingkan perusahaan yang baru berdiri. Perusahaan yang telah lama berdiri akan meningkatkan profitabilitas perusahaannya. Sehingga, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan demi kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Dalam hal ini, profitabilitas akan memperkuat hubungan umur perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam peneltian ini sebagai berikut:

H_{1e}: Umur Perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

H_{2e}: Profitabilitas mampu memoderasi hubungam antara umur perusahaan terhadap tanggung jawab sosial

2.4.6 Pengaruh *Growth* terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan profitabilitas sebagai moderasi

Perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi akan menjadi sorotan masyarakat sehingga diprediksi perusahaan mempunyai kesempatan pertumbuhan lebih tinggi cenderung lebih banyak dalam melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa variabel pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan [22]. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adanya pengaruh *growth* terhadap tanggung jawab sosil perusahaan [8].

Pertumbuhan perusahaan sangat berkaitan dengan kelangsungan hidup perusahaan dalam penghasilan laba. Oleh sebab itu, perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi akan menjadi

sorotan masyarakat sehingga perusahaan akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara luas. Dalam hal ini, profitabilitas akan memperkuat hubungan tanggung jawab sosial terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesa dalam penelitian ini sebagai berikut:

H_{1f}: Pertumbuhan perusahaan(*growth*) berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial

H_{2f}: Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara pertumbuhan perusahaan (*growth*) terhadap tanggung jawab sosial

