



BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 *Stakeholders Theory*

Teori *stakeholder* pertama kali dikemukakan oleh Freeman (1984), yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki hubungan dengan berbagai pihak yang memiliki kepentingan terhadap aktivitas operasionalnya, seperti karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat, dan pemerintah. Hubungan ini disebut sebagai *stakeholder relationships*, yaitu keterlibatan semua pihak yang terdampak secara langsung maupun tidak langsung oleh aktivitas perusahaan. Teori ini menekankan bahwa perusahaan harus memperhatikan dan menyeimbangkan kepentingan seluruh *stakeholder* dalam setiap pengambilan keputusan bisnis. Ketika perusahaan hanya berfokus pada pemegang saham dan mengabaikan *stakeholder* lainnya, maka kebijakan yang diambil cenderung mengesampingkan dampak sosial dan lingkungan. Ketidak seimbangan ini dapat memicu konflik kepentingan, menurunkan kepercayaan publik, dan menimbulkan tekanan eksternal. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelola hubungan dengan *stakeholder* secara strategis, salah satunya melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang berkelanjutan..

Freeman, 2004) dalam Danduru et al., (2024), memperkuat pandangan tersebut dengan menyatakan bahwa teori *stakeholder* lahir dari kesadaran bahwa



perusahaan tidak berdiri sendiri, melainkan berada dalam sistem yang terdiri atas berbagai pihak yang berkepentingan. Teori ini menjadi bahasan utama karena berkaitan dengan kebijakan, praktik, nilai-nilai perusahaan, kewajiban hukum, serta kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan. Nilai-nilai tersebut dianggap sebagai bagian penting yang tak terpisahkan dari aktivitas bisnis modern. Sejalan dengan itu, menurut Mardiana et al., (2023), pendekatan *stakeholder* bertujuan membentuk kerangka kerja yang responsif terhadap perubahan lingkungan serta merancang strategi untuk mengelola hubungan dengan berbagai kelompok secara efektif. Stakeholder terbagi menjadi dua kategori, yaitu *stakeholder primer* yang sangat menentukan kelangsungan perusahaan seperti investor, karyawan, konsumen, pemerintah, dan komunitas serta *stakeholder sekunder* yang meskipun tidak terlibat langsung dalam transaksi, tetap dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan.

Konsep pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) menggunakan pendekatan teori *stakeholder*, yang menyatakan bahwa "praktik CSR dipengaruhi oleh hubungan antara perusahaan dan para pihak yang memiliki kepentingan (*stakeholder*), di mana masing-masing pihak berusaha untuk memenuhi kepentingannya terhadap aktivitas dan keberlanjutan perusahaan".

Interaksi yang terjalin antara perusahaan dan pemangku kepentingan dapat mendorong peningkatan dalam kinerja sosial perusahaan, termasuk dalam hal pengungkapan CSR (Wicaksono, 2023). Untuk memastikan kelangsungan usaha dan reputasi perusahaan di masa depan, penting bagi perusahaan untuk senantiasa memenuhi ekspektasi para pemangku kepentingannya. Dengan demikian,



hubungan baik antara perusahaan dan pemangku kepentingan dapat terjalin sesuai harapan perusahaan. Oleh karena itu, tujuan dari teori *stakeholder* ini untuk membantu perusahaan dalam menciptakan nilai positif dari kegiatan operasional perusahaan sehingga dapat mengurangi timbulnya segala kerugian yang kemungkinan dapat terjadi kepada *stakeholder*.

Menurut Warislan et al., (2018), manajemen dalam perusahaan cenderung akan menyampaikan informasi yang mampu meningkatkan nilai perusahaan di mata investor, termasuk melalui pengungkapan CSR. Namun, pengungkapan ini tidak selalu sepenuhnya mencerminkan kondisi riil perusahaan, karena dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk mengalihkan perhatian dari informasi keuangan yang kurang menguntungkan, seperti tingginya tingkat *leverage*. *Leverage* yang tinggi dapat mendorong manajemen untuk meningkatkan pengungkapan CSR guna meredam kekhawatiran kreditur dan investor. Selain itu, ukuran dewan komisaris juga berperan penting dalam proses pengawasan terhadap aktivitas manajerial, termasuk sejauh mana perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi pula ekspektasi masyarakat terhadap kontribusi sosial yang diberikan, sehingga mendorong perusahaan untuk meningkatkan intensitas pengungkapan CSR secara berkala.

2.1.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Haslinda (2023), *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat. Hal tersebut disebabkan karena keberadaan perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan



masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang tidak hanya peduli terhadap upaya peningkatan ragam dan kualitas produknya saja, namun juga yang memiliki komitmen penuh dan tanggung jawab serta kepekaan terhadap lingkungan sosial dimana ia berada. Kepedulian tersebut direalisasikan melalui program pengungkapan CSR, yaitu sebuah konsep akuntansi yang menggambarkan suatu perusahaan untuk memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas lingkungan dalam segala aspek kegiatan operasional perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu aspek penting dalam praktik bisnis modern yang menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan, masyarakat, dan para pemangku kepentingan lainnya. Pengungkapan CSR berfungsi sebagai sarana komunikasi perusahaan dalam menyampaikan aktivitas sosial dan lingkungan yang dilakukan sebagai bentuk kontribusi positif kepada masyarakat serta komitmen perusahaan terhadap prinsip keberlanjutan (Irhami & Diana, 2022). Melalui pengungkapan ini, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik dan meningkatkan kepercayaan publik.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bisnis semakin penting, terutama di sektor industri makanan dan minuman yang memiliki dampak signifikan terhadap sumber daya alam dan lingkungan melalui proses produksi, distribusi, dan limbah. Bursa Efek Indonesia (BEI) mendorong perusahaan-perusahaan yang terdaftar untuk rutin melaporkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunannya. Regulasi ini bertujuan



untuk mendorong transparansi dan memastikan perusahaan bertanggung jawab atas dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari kegiatan operasionalnya.

Regulasi mengenai CSR diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal mewajibkan pelaksanaan CSR, terutama bagi perusahaan yang bergerak di sektor sumber daya alam. Selain itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menerbitkan POJK No. 51/POJK.03/2017 tentang keuangan berkelanjutan yang mewajibkan perusahaan menyusun laporan keberlanjutan sebagai bentuk akuntabilitas (Irhami & Diana, 2022).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan yang menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas bisnis. Pengungkapan CSR tidak hanya mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun reputasi dan meningkatkan kepercayaan publik. Pentingnya pelaksanaan dan pelaporan CSR semakin ditegaskan melalui regulasi pemerintah dan otoritas pasar, khususnya bagi perusahaan yang berdampak besar terhadap sumber daya alam, termasuk sektor makanan dan minuman.

2.1.2.1 Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Miska (2021), dalam bisnis perusahaan tidak hanya dituntut untuk mencapai keuntungan finansial, tetapi juga untuk memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan tempat mereka beroperasi. *Corporate Social*



Responsibility (CSR) adalah suatu konsep dimana perusahaan secara sukarela mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan ke dalam operasional bisnis dan interaksi dengan para pemangku kepentingan. Tujuan CSR tidak hanya sekadar memenuhi kewajiban hukum, melainkan juga menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan, masyarakat, dan lingkungan. Berikut ada tiga latar belakang mengapa perusahaan harus merespon CSR, yaitu:

- a. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan seperti konsumen, investor, dan masyarakat. Kesadaran akan pentingnya keberlanjutan membuat CSR menjadi alat penting untuk membangun kepercayaan, meningkatkan loyalitas, dan menjaga dukungan dari berbagai pihak, terutama karena konsumen dan investor.
- b. Reputasi dan legitimasi merupakan aset tidak berwujud yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan perusahaan. CSR membantu perusahaan menunjukkan kepedulian sosial dan lingkungan, sehingga membangun citra positif di mata publik. Perusahaan yang aktif menjalankan CSR cenderung lebih dipercaya, sementara yang mengabaikannya berisiko kehilangan reputasi dan menghadapi dampak negatif secara ekonomi dan operasional.
- c. Pemerintah dan otoritas pasar mewajibkan pelaksanaan dan pelaporan CSR, khususnya bagi perusahaan berdampak besar terhadap lingkungan. Di Indonesia, UU No. 40 Tahun 2007 dan regulasi OJK menegaskan kewajiban ini. Karena itu, CSR harus dijalankan bukan hanya sebagai komitmen moral,



tetapi juga sebagai kewajiban hukum untuk menghindari sanksi dan memperkuat posisi perusahaan di mata publik dan regulator.

Dengan demikian, berdasarkan tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dijelaskan di atas, penulis dapat merangkum bahwa CSR bertujuan untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan melalui integrasi tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam kegiatan operasional bisnis, membangun hubungan yang positif dengan para pemangku kepentingan, menjaga reputasi dan legitimasi perusahaan, serta memenuhi kewajiban hukum yang ditetapkan oleh pemerintah dan otoritas pasar. CSR tidak hanya menjadi alat strategis untuk memperkuat kepercayaan publik dan meningkatkan daya saing, tetapi juga sebagai bentuk komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan kesejahteraan bersama.

2.1.2.2 Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Meisa (2021), CSR diukur dengan menggunakan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI). Informasi mengenai *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan Global Reporting Initiative (GRI). *Global Reporting Initiative* adalah suatu kerangka kerja dari pelaporan untuk membuat laporan keberlanjutan yang terdiri dari prinsip pelaporan, pedoman pelaporan, dan standar pelaporan (termasuk indikator kinerja). Berdasarkan GRI-G4, ada tiga fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial sebagai dasar untuk pelaporan keberlanjutan. Penghitungan CSDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

tidak diungkapkan. Menurut GRI (*Global Reporting Initiative*, 2020), indikator CSR mencakup tiga aspek, yaitu:

a. Landasan pokok CSR dalam aktivitas ekonomi, meliputi:

- 1) Kinerja keuangan berjalan baik
- 2) Kedisiplinan untuk pembayaran pajak
- 3) Investasi usaha berjalan sehat
- 4) Tidak ada praktik suap/korupsi
- 5) Tidak terjadi konflik kepentingan
- 6) Tidak mendukung razim yang korup
- 7) Menghargai hak kemampuan intelektual/paten
- 8) Tidak memberikan sumbangan politis/lobi

b. Landasan pokok CSR dalam aktifitas lingkungan, meliputi:

- 1) Tidak adanya pencemaran
- 2) Tidak berperan terhadap perubahan iklim
- 3) Tidak berkontribusi terhadap terjadinya limbah
- 4) Tidak berkontribusi terhadap pemborosan air
- 5) Tidak melakukan dalam pemborosan energi
- 6) Tidak ada penyerobotan lahan
- 7) Tidak memiliki peran dalam penciptaan kebisingan
- 8) Memelihara keanekaragaman hayati

c. Landasan pokok CSR dalam aktifitas sosial, meliputi:

- 1) Memberikan jaminan kesehatan karyawan dan masyarakat yang terdampak
- 2) Tidak memperkerjakan anak



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

- 3) Berkontribusi positif pada masyarakat
 - 4) Melakukan proteksi konsumen
 - 5) Menjunjung keanekaragaman
 - 6) Menjaga privasi
 - 7) Melakukan kegiatan derma yang sesuai kebutuhan
 - 8) Akses mendapatkan barang tertentu dengan harga normal
- d. Landasan pokok CSR dalam aktifitas kesejahteraan, diantaranya:

- 1) Adanya kompensasi pada pekerja
- 2) Menggunakan subsidi serta kemudahan yang diberikan oleh pemerintah
- 3) Memperhatikan kesehatan karyawan
- 4) Menjaga keamanan lokasi kerja
- 5) Menjaga keselamatan serta kesehatan kerja

Dengan demikian, berdasarkan penjelasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa indikator pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini mengacu pada *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) yang bersumber dari *Global Reporting Initiative* (GRI-G4). Indikator CSR mencakup empat aspek utama, yaitu ekonomi, lingkungan, sosial, dan kesejahteraan. Keempat aspek tersebut mencerminkan komitmen perusahaan dalam menjalankan tanggung jawabnya terhadap berbagai pihak yang berkepentingan, serta memastikan keberlanjutan operasional dengan memperhatikan kepatuhan hukum, etika, kesejahteraan karyawan, pelestarian lingkungan, dan kontribusi terhadap masyarakat.

2.1.3 Leverage



Menurut Ramadhani dan Maresti (2023), *leverage* menunjukkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai aktivitas operasinya. *Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. *Leverage* mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan. Keputusan untuk mengungkapkan CSR akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan mengakibatkan pengawasan yang tinggi pula oleh debtholder terhadap aktivitas perusahaan. Berdasarkan teori signaling bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan sedikit informasi, hal ini menjadi sorotan para *debtholder*.

Menurut Sari et al., (2022), *leverage* merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana perusahaan mampu untuk mengelola hutangnya dalam rangka memperoleh keuntungan dan juga mampu untuk melunasi kembali hutangnya. Perusahaan yang tidak solvabel adalah perusahaan yang total hutangnya lebih besar dibandingkan total asetnya. *Leverage* merupakan rasio untuk mengukur besarnya aktiva yang dibiayai oleh utang atau proporsi total utang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. *Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan.

Leverage tidak hanya berfungsi sebagai alat pembiayaan, tetapi juga merupakan indikator risiko finansial yang harus dipantau dengan seksama oleh manajemen. Pengelolaan *leverage* yang efektif dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan struktur modal, menjaga stabilitas keuangan, serta meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Secara keseluruhan, *leverage* adalah alat

penting dalam pengelolaan keuangan perusahaan yang berfungsi meningkatkan daya saing dan keuntungan, tetapi juga harus disertai pengelolaan risiko yang hati-hati agar tidak mengancam kelangsungan bisnis (Sari et al, 2022).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa leverage merupakan indikator penting dalam struktur keuangan perusahaan yang mencerminkan tingkat ketergantungan terhadap utang dan risiko finansial yang dihadapi. *Leverage* yang tinggi dapat meningkatkan pengawasan *debtholder* serta memengaruhi kebijakan pengungkapan informasi, termasuk CSR. Oleh karena itu, pengelolaan *leverage* yang tepat diperlukan untuk menjaga solvabilitas, stabilitas keuangan, dan kepercayaan pemangku kepentingan, sehingga mendukung keberlangsungan dan reputasi perusahaan.

2.1.3.1 Jenis-jenis *Leverage*

Dalam bisnis, perusahaan sering menghadapi keputusan strategis terkait pembiayaan operasional dan investasinya. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah *leverage*. *Leverage* adalah strategi penting dalam manajemen keuangan yang digunakan untuk memperbesar dampak perubahan pendapatan terhadap profit perusahaan. Menurut Sarkar (2024), jenis-jenis *leverage* secara umum dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori utama, yaitu:

- a. *Leverage* Operasional, menunjukkan seberapa besar pengaruh biaya tetap dalam operasional perusahaan terhadap laba. Jika biaya tetap tinggi, maka sedikit perubahan penjualan bisa menyebabkan perubahan besar pada laba operasional. Semakin tinggi operating *leverage*, semakin besar risiko dan potensi keuntungan.



- b. *Financial leverage*, menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang untuk membiayai asetnya. Penggunaan utang bisa meningkatkan keuntungan, tetapi juga menambah risiko karena ada kewajiban membayar bunga.
- c. *Combined leverage* adalah gabungan *operating* dan *financial leverage*. Ini menunjukkan seberapa besar perubahan penjualan akan memengaruhi laba bersih. DCL membantu perusahaan memahami keseluruhan risiko dan potensi keuntungan

Dengan demikian, berdasarkan dari pembahasan mengenai jenis-jenis *leverage*, dapat disimpulkan bahwa *leverage* merupakan strategi keuangan yang berperan penting dalam menentukan risiko dan potensi keuntungan perusahaan. Tingkat *leverage* yang tinggi tidak hanya berdampak pada struktur modal dan profitabilitas, tetapi juga dapat memengaruhi keputusan manajerial, termasuk dalam hal pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) sebagai bentuk upaya menjaga kepercayaan pemangku kepentingan dan reputasi perusahaan.

2.1.3.2 Indikator *Leverage*

Untuk mengukur *leverage*, terdapat beberapa indikator yang umum digunakan oleh para praktisi dan peneliti keuangan. Dengan memahami berbagai indikator *leverage*, perusahaan dapat mengambil keputusan strategis dalam pengelolaan modal agar tetap seimbang antara peluang pertumbuhan dan risiko keuangan. Oleh karena itu, indikator *leverage* menjadi bagian esensial dalam analisis keuangan dan pengungkapan laporan keuangan (Sugeng, 2020).

Terdapat beberapa indikator yang umum digunakan oleh para praktisi dan peneliti keuangan, yang masing-masing memiliki karakteristik dan kegunaan



tersendiri dalam memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Terdapat beberapa indikator *leverage* kunci yang relevan untuk analisis CSR (Sugeng, 2020).

- a. *Debt to Equity Ratio* (DER), yaitu perbandingan antara total utang dengan total ekuitas perusahaan. DER menggambarkan seberapa besar porsi pembiayaan perusahaan yang berasal dari hutang dibandingkan modal sendiri
- b. *Debt to Asset Ratio* (DAR), rasio ini menunjukkan seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang sehingga menggambarkan tingkat risiko finansial yang dihadapi perusahaan
- c. *Long term debt to equity ratio* (LTDtER), merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa indikator *leverage* seperti *Debt to Equity Ratio* (DER), *Debt to Asset Ratio* (DAR), dan *Long Term Debt to Equity Ratio* (LTDtER) merupakan alat penting dalam menganalisis struktur keuangan perusahaan serta tingkat risiko yang ditanggung. Ketiga indikator ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai sejauh mana perusahaan bergantung pada pembiayaan utang, yang secara langsung dapat memengaruhi kebijakan pengungkapan CSR dan persepsi para pemangku kepentingan terhadap keberlanjutan dan stabilitas perusahaan.

2.1.4 Ukuran Dewan Komisaris



Menurut Wardani (2022), ukuran dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggungjawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan akan dipandang lebih baik, karena pihak dari luar akan menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan dengan lebih objektif dibanding perusahaan yang memiliki susunan dewan komisaris yang hanya berasal dari dalam perusahaan. Dewan komisaris terdiri dari *inside* dan *outside director* yang akan memiliki akses informasi khusus yang berharga dan sangat membantu dewan komisaris serta menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian.

Menurut Fatmawati dan Alliyah (2023), dewan komisaris adalah bagian dalam suatu perseroan yang memiliki tanggung jawab melakukan pengawasan serta member kiritik dan panduan kepada direksi secara umum atau personal dengan anggaran dasar yang telah disesuaikan. Dewan komisaris berperan dalam menciptakan suasana yang lebih objektif yang mengutamakan kewajaran diantara berbagai keperluan, termasuk keperluan perseroan dan keperluan pemangku kepentingan, dalam proses pengambilan keputusan dan mendorong penerapan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan.

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbada hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk



mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Selain itu dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR karna dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam perusahaan (Haslinda, 2023).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris memiliki peran strategis dalam pengawasan manajemen dan pengambilan keputusan perusahaan, termasuk dalam mendorong pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka pengawasan terhadap manajemen akan semakin kuat dan objektif, sehingga mendorong peningkatan transparansi serta tanggung jawab sosial perusahaan kepada para pemangku kepentingan.

2.1.4.1 Fungsi Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan salah satu bagian penting dalam struktur tata kelola perusahaan yang berperan dalam menjalankan fungsi pengawasan terhadap kegiatan operasional dan manajemen yang dilakukan oleh direksi. Dalam perusahaan, keberadaan dewan komisaris diperlukan untuk menjaga keseimbangan kepentingan antara pemegang saham dan manajemen, serta memastikan bahwa pengelolaan perusahaan berjalan sesuai dengan prinsip transparansi, akuntabilitas, dan integritas (Agustina & Sari, 2023).

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dewan komisaris memiliki fungsi utama dalam melakukan pengawasan



secara umum dan khusus serta memberikan nasihat kepada direksi. Fungsi-fungsi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Mengawasi pelaksanaan kebijakan, strategi, dan kinerja perusahaan yang dijalankan oleh direksi.
- b. Memberikan masukan, pandangan, dan nasihat strategis kepada direksi untuk mendukung pengambilan keputusan yang tepat.
- c. Berperan sebagai perwakilan pemegang saham dalam menjaga nilai perusahaan dan meminimalkan konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik modal.
- d. Bertanggung jawab untuk memastikan bahwa perusahaan mematuhi ketentuan hukum, peraturan pasar modal, dan prinsip tata kelola perusahaan.
- e. Menilai kinerja direksi, termasuk dalam proses pengangkatan, pemberhentian, dan penetapan remunerasi.

Dengan demikian, dewan komisaris memiliki peran sentral dalam sistem tata kelola perusahaan melalui fungsi pengawasan dan pemberian nasihat kepada direksi. Keberadaannya bertujuan untuk menjaga transparansi, akuntabilitas, serta menjamin kepatuhan terhadap hukum. Fungsi ini sekaligus menjadi penghubung antara kepentingan pemegang saham dan manajemen agar tercipta pengelolaan perusahaan yang sehat dan berkelanjutan.

2.1.4.2 Indikator Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris yang memadai serta komposisi yang seimbang dapat menjadi indikator kemampuan dewan dalam mendorong transparansi dan tanggung jawab sosial perusahaan. Dewan komisaris yang aktif dan berkompeten



biasanya lebih proaktif dalam memastikan bahwa perusahaan mengungkapkan informasi CSR secara jelas dan akurat (Agustina & Sari, 2023).

Indikator ukuran dewan komisaris tidak hanya sebatas jumlah anggota, melainkan juga komposisi, keberagaman, dan frekuensi kehadiran yang secara kolektif mencerminkan efektivitas fungsi pengawasan dalam perusahaan. Berikut indikator ukuran dewan komisaris (Dewantari & Afif, 2022):

- a. Jumlah total anggota biasanya diukur secara kuantitatif dan menjadi acuan dasar dalam menilai struktur dan efektivitas dewan komisaris. Ukuran dewan komisaris dihitung berdasarkan jumlah keseluruhan anggota yang secara resmi terdaftar dan aktif dalam rapat dewan.
- b. Komposisi dan keberagaman memengaruhi fungsi pengawasan dewan komisaris. Komposisi tersebut meliputi proporsi komisaris independen, komisaris yang berasal dari dalam perusahaan, serta latar belakang keahlian dan pengalaman para anggota.
- c. Kehadiran anggota dewan komisaris dalam rapat juga menjadi indikator pendukung yang penting. Rapat yang rutin dan dihadiri oleh mayoritas anggota dewan mencerminkan komitmen dan efektivitas dalam menjalankan fungsi pengawasan. Sebaliknya, rendahnya tingkat kehadiran dapat menunjukkan lemahnya pengawasan terhadap kinerja manajemen.

Ukuran dewan komisaris yang efektif tidak hanya dilihat dari jumlah anggotanya, tetapi juga mencakup komposisi, keberagaman, dan tingkat kehadiran dalam rapat. Faktor-faktor tersebut mencerminkan sejauh mana dewan komisaris mampu menjalankan fungsi pengawasan secara optimal, termasuk dalam



mendorong transparansi dan pengungkapan CSR. Dewan yang aktif, beragam, dan berkomitmen tinggi berperan penting dalam memastikan akuntabilitas perusahaan terhadap para pemangku kepentingan

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Menurut Haslinda (2023), ukuran perusahaan (*size*) merupakan salah satu variabel independen yang sering digunakan untuk menjelaskan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan merujuk pada skala atau nilai yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan indikator tertentu, seperti total aset, volume penjualan, nilai saham, kapitalisasi pasar, serta jumlah tenaga kerja. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, perusahaan dikategorikan sebagai perusahaan besar apabila memiliki aset lebih dari Rp10 miliar dan penjualan tahunan lebih dari Rp50 miliar. Sementara itu, perusahaan dikategorikan sebagai perusahaan kecil apabila memiliki aset antara Rp50 juta hingga Rp500 juta dan penjualan tahunan antara Rp300 juta hingga Rp2,5 miliar.

Ukuran perusahaan menunjukkan seberapa besar informasi yang terdapat didalamnya, sekaligus mencerminkan kesadaran dari pihak manajemen mengenai pentingnya informasi, bagi eksternal perusahaan maupun internal perusahaan. Semakin besar perusahaan, makin banyak pula informasi yang terkandung di dalam perusahaan dan makin besar pula tekanan untuk mengelola informasi tersebut, sehingga pihak manajemen perusahaan akan memiliki kesadaran yang



lebih tinggi mengenai pentingnya informasi dalam mempertahankan eksistensi perusahaan

Menurut Syahrefah (2020), ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Perusahaan tidak akan lepas dari tekanan politik, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan. Pengungkapan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Menurut badan Standarisasi Nasional, kategori ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga jenis yaitu :

1. Perusahaan Besar

Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) termasuk tanah dan bangunan serta memiliki hasil penjualan lebih dari Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah) per tahun.

2. Perusahaan Menengah

Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih antara Rp 1-10 milyar termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan lebih dari Rp. 1.000.000.000 (satu milyar rupiah) dan kurang dari Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

3. Perusahaan Kecil



Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) termasuk tanah dan bangunan serta memiliki penghasilan Rp. 1.000.000.000 (satu milyar rupiah) per tahun.

Dengan demikian, ukuran perusahaan tidak hanya menggambarkan besarnya aset atau pendapatan, tetapi juga mencerminkan kapasitas perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosial dan tekanan eksternal. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi pula ekspektasi dan tuntutan terhadap transparansi, akuntabilitas, serta pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam laporan tahunannya.

2.1.5.1 Indikator Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang berfungsi untuk klasifikasi besar kecilnya entitas bisnis, yang mana perusahaan dengan tingkat entitas bisnis tinggi mendorong para investor untuk menginvestasikan saham kepada perusahaan dan jika saham perusahaan tinggi maka pengungkapan CSR nya meningkat, karena pendorong pengungkapan CSR adalah kepemilikan saham perusahaan yang tinggi.

Ukuran perusahaan diukur menggunakan beberapa indikator yang menjadi acuan dalam menilai besaran dan kapasitas suatu perusahaan. Indikator-indikator ini berfungsi untuk memberikan gambaran kuantitatif mengenai skala aktivitas dan kekuatan finansial perusahaan dalam menjalankan operasionalnya, berikut beberapa indikator dalam ukuran perusahaan (Syahrefah, 2020):

- a. Total aset menggambarkan seluruh sumber daya yang dimiliki dan digunakan oleh perusahaan untuk mendukung kegiatan operasional. Total aset yang



besar menunjukkan kapasitas perusahaan dalam mengelola modal dan investasi untuk pertumbuhan bisnis.

- b. Total penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan revenue dari produk atau jasa yang ditawarkan, sekaligus menandakan daya pasar yang luas.
- c. Nilai saham atau nilai pasar dari saham mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek masa depan perusahaan. Semakin tinggi nilai saham perusahaan, semakin besar nilai pasar dan persepsi terhadap perusahaan tersebut.
- d. Kapitalisasi pasar berkaitan dengan hasil perkalian antara harga saham dengan jumlah saham beredar. Ini adalah indikator penting dalam pasar modal untuk mengklasifikasikan perusahaan besar (*big cap*), menengah (*mid cap*), atau kecil (*small cap*).
- e. Jumlah karyawan sering digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan. Perusahaan dengan jumlah karyawan yang besar umumnya memiliki aktivitas yang lebih kompleks dan skala produksi yang lebih besar, sehingga ukuran karyawan menjadi ukuran kapasitas sumber daya manusia.

Dengan demikian, ukuran perusahaan dapat diukur melalui berbagai indikator seperti total aset, total penjualan, nilai saham, kapitalisasi pasar, dan jumlah karyawan. Indikator-indikator tersebut memberikan gambaran menyeluruh tentang kapasitas operasional, kekuatan finansial, dan daya saing perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi pula tekanan untuk mengungkapkan informasi secara transparan, termasuk pengungkapan tanggung



jawab sosial (CSR), sebagai bentuk akuntabilitas kepada pemangku kepentingan dan untuk menjaga reputasi perusahaan di mata publik dan investor.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.





2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Pengarang / Tahun	Judul dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian dan Alat Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Pitriani, Novitasari, Widhiastuti 2024	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 6, No 2, Juni 2024, e-ISSN : 2716-2710	Variabel Dependen Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Variabel Independen Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> Dan Pertumbuhan Perusahaan	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
2	Faizal yusuf afrizal 2024	Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan	Variabel Dependen Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Variabel Independen	Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh negative terhadap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

No	Nama Pengarang / Tahun	Judul dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian dan Alat Analisis Data	Hasil Penelitian
		Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 05, No. 01, 2024, e-ISSN : 1034-1043	Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i>	pengungkapan CSR dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
3	Sauh Hwee Teng, Ananta Cahyani, Sonya Olivia Isabella, Fahira Elsyamila Aisyah 2022.	Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan SubSektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Jurnal Akuntansi Vol. 06, No. 02, April 2022	Variabel Dependen Pengungkapan CSR Pada Perusahaan SubSektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Variabel Independen Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan	Profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR Sedangkan Likuiditas dan <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
4	Husniatus Zahroh, Hartono, Nur Ainiyah, dan Tatas Ridho Nugroho 2023	Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada	Variabel Dependen Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada	Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

No	Nama Pengarang / Tahun	Judul dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian dan Alat Analisis Data	Hasil Penelitian
		Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Jurnal Akuntansi Vol. 07, No. 02, 2024, Hal 47-60 e-ISSN : 2615-8868	Variabel Independen Ukuran Dewan Komisaris	
5	Indea Dewanti dan Ahmad Sururi Afif 2022.	Pengaruh Size, Ukuran Dewan Komisaris, ROA dan Sales Growth terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Vol. 05, No 10, Oktober 2022, e-ISSN : 4112-4119	Variabel Dependen Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen Pengaruh Size, Ukuran Dewan Komisaris, ROA dan Sales Growth	Size berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR Ukuran dewan dan Sales Growth komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan ROA berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR
6	Feni Febrianti, Eni Kaharti 2024.	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan	Variabel Dependen Pengungkapan	Prifitabilitas dan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

No	Nama Pengarang / Tahun	Judul dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian dan Alat Analisis Data	Hasil Penelitian
		Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika Vol. 12, No 01, Februari 2024, e-ISSN : 2579-3322	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran	pada CSR. Sedangkan <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap CSR
7	Nur Rokhman, Siska Dewi, Syifa Millatina 2024.	Pengaruh ROA, Ukuran Perusahaan, DER, dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan CSR. Jurnal Manajemen Vol. 15, No 06, 2024, e-ISSN : 2086-7654	Variabel Dependen Pengungkapan CSR. Variabel Independen Pengaruh ROA, Ukuran Perusahaan, DER, dan Ukuran Dewan Komisaris	ROA, DER, dan Ukuran Dewan Komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR

Sumber : Data Olahan, 2025.



2.3. Kerangka Pemikiran

Sugiyono, (2018), mendefinisikan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori memiliki hubungan dengan berbagai faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting dan menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti secara teoritis. Dalam upaya memecahkan masalah diperlukan kerangka berpikir agar memiliki bentuk yang lebih terarah pada pemecahan masalah itu sendiri. Pada penelitian ini, akan diteliti tentang pengaruh *leverage*, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022-2024.

Leverage mencerminkan struktur pendanaan perusahaan yang berasal dari utang, sehingga semakin tinggi *leverage* maka semakin besar pula tekanan untuk memenuhi kewajiban keuangan, yang dapat berdampak pada pengurangan kegiatan sosial perusahaan. Ukuran dewan komisaris mencerminkan efektivitas fungsi pengawasan terhadap manajemen perusahaan. Dewan komisaris yang besar dan aktif berpotensi mendorong pengungkapan CSR yang lebih luas karena adanya tekanan internal untuk menjaga reputasi dan akuntabilitas perusahaan. Sementara itu, ukuran perusahaan menggambarkan skala aktivitas dan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki eksposur publik yang lebih tinggi dan tuntutan sosial yang lebih besar, sehingga cenderung melakukan pengungkapan CSR secara lebih luas guna memenuhi harapan para pemangku kepentingan dan menjaga legitimasi.



Mardiana et al., (2023), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penerapan *leverage* yang tinggi dalam perusahaan dapat meningkatkan pengawasan dari kreditur, sehingga mendorong manajemen untuk lebih transparan dan akuntabel dalam menyampaikan informasi kepada publik, termasuk informasi terkait aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR). Selain itu, ukuran dewan komisaris yang memadai diharapkan dapat menjalankan fungsi pengawasan yang lebih efektif terhadap aktivitas manajemen, serta menjadi kontrol terhadap tindakan oportunistik manajerial dalam pengungkapan CSR. Dewan komisaris juga berperan sebagai penghubung antara kepentingan manajemen dan pemegang saham, sehingga semakin besar ukuran dewan, semakin besar pula tekanan agar perusahaan lebih terbuka terhadap informasi sosial yang relevan. Ukuran perusahaan juga turut memengaruhi luasnya pengungkapan CSR. Perusahaan berskala besar cenderung memiliki sumber daya yang lebih besar serta eksposur yang tinggi terhadap publik, sehingga akan lebih terdorong untuk menyampaikan informasi tanggung jawab sosial guna menjaga citra dan legitimasi di mata para pemangku kepentingan.

Mardiana et al., (2023), mendefinisikan CSR sebagai kewajiban perusahaan untuk merumuskan kebijakan, mengambil keputusan, dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai sosial dalam masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Amelia,



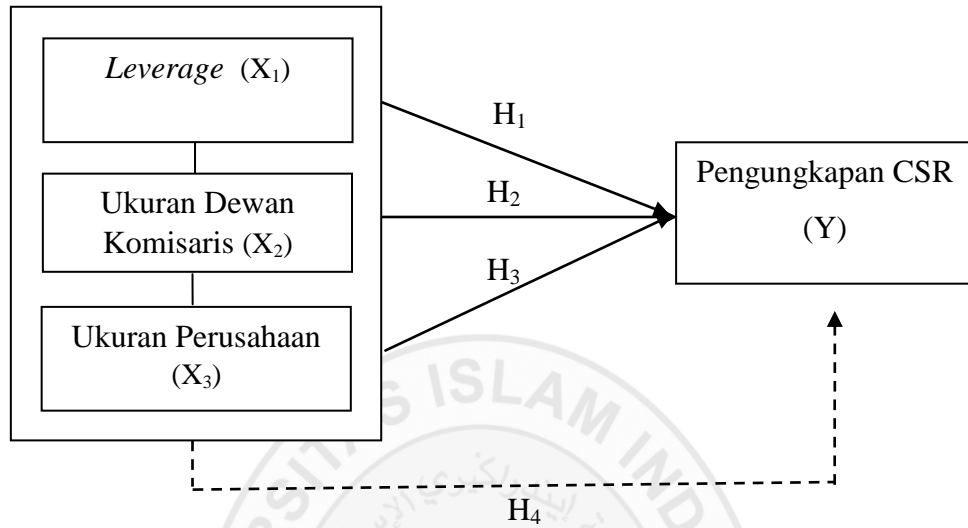
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri

(2020), yang menyatakan bahwa untuk memperoleh citra positif dari para pemangku kepentingan, perusahaan di Indonesia mulai mengadopsi strategi CSR dengan menerapkan praktik bisnis yang bertanggung jawab dan melakukan pelaporan yang transparan.

Konsep pengungkapan CSR menggunakan pendekatan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memenuhi harapan dan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) sebagai bagian dari keberlanjutan operasionalnya. *Leverage*, ukuran dewan komisaris, dan ukuran perusahaan merupakan karakteristik penting yang dapat memengaruhi sejauh mana perusahaan memperhatikan dan merespons tuntutan pihak *stakeholder* melalui pengungkapan tanggung jawab sosial. *Leverage* mencerminkan tekanan dari kreditor, dewan komisaris berperan dalam mendorong transparansi, dan ukuran perusahaan menunjukkan kapasitas serta ekspektasi publik terhadap akuntabilitas perusahaan. Pengungkapan CSR secara berkala merupakan kegiatan yang penting, karena menunjukkan sejauh mana perusahaan menjalin hubungan yang bertanggung jawab dengan para pemangku kepentingannya.

Dalam uraian kerangka pemikiran di atas, maka disimpulkan bahwa model penelitian ini adalah untuk mengetahui mengenai pengaruh mekanisme pengaruh *leverage*, ukuran dewan komisaris, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

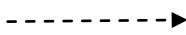
Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :



Pengaruh Secara Parsial



Pengaruh Secara Simultan

2.4. Hipotesis

Hipotesa adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan telaah teoritis, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran maka hipotesis berdasarkan penjabaran diatas, maka hipotesa dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H_1 : *Leverage* berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan

Makanan & Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2023-2024.

H_2 : Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR pada

Perusahaan Makanan & Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2023-2024.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

H₃ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Makanan & Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2023-2024.

H₄ : Pengaruh *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Makanan & Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2022-2024

