

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam menjalankan tata kelola manajemen, perusahaan perlu memperhatikan berbagai aspek, baik sebelum, selama, maupun setelah proses produksi. Setiap tahapan tersebut memiliki standar operasional masing-masing yang disesuaikan dengan kebutuhan serta dampak yang ditimbulkan. Selain aspek ekonomi, kegiatan operasional perusahaan juga melibatkan dimensi sosial, lingkungan, hukum, dan aspek lainnya. Melibatkan berbagai aspek dalam operasionalnya mengharuskan perusahaan untuk mempertanggungjawabkan setiap kegiatannya sehingga dapat meminimalkan risiko kerugian serta memberikan dampak positif bagi lingkungan dan komunitas di sekitarnya.

Situasi global yang penuh ketidakpastian, juga menuntut perusahaan untuk merencanakan program agar perusahaan mampu menjaga eksistensinya yaitu melalui strategi bisnis berkelanjutan. Strategi ini bentuk upaya perusahaan menelaraskan antara tantangan yang dihadapi perusahaan dengan mencapai keberhasilan yang diinginkan perusahaan. Sasaran yang dituju yaitu memberikan dampak positif yang tidak hanya dirasakan pihak pemegang saham sebagai pemilik namun juga masyarakat atau lingkungan tempat beroperasi. Bentuk strategi bisnis berkelanjutan yaitu pemahaman konsep *triple bottom line* (3P) yaitu profit, *planet*, *people* yang dipopulerkan John Elkington tahun 1994. Ketiga komponen tersebut merupakan pilar utama dalam menilai keberhasilan suatu entitas berdasarkan tiga dimensi keberlanjutan, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Pilar profit merujuk pada aspek ekonomi, di mana keuntungan yang diperoleh mencerminkan kinerja keuangan dan menjadi fondasi bagi keberlangsungan operasional perusahaan. Keberhasilan ekonomi sangat penting karena laba yang dihasilkan menjadi sumber daya untuk mendukung pertumbuhan dan inovasi. Pilar *people* berkaitan dengan dimensi sosial baik itu kesejahteraan atau kualitas hidup. Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial untuk memperhatikan dampak kegiatannya terhadap komunitas sekitar karena masyarakat merupakan pemangku kepentingan utama sekaligus bagian integral dari ekosistem bisnis. Pilar planet merujuk pada tanggung jawab lingkungan. Setiap entitas wajib menjaga kelestarian lingkungan hidup, pengelolaan yang tidak tepat dapat menimbulkan dampak ekologis yang signifikan, maka keberlanjutan lingkungan menjadi unsur penting dalam praktik bisnis yang bertanggung jawab. Bentuk pelaksanaan dari konsep *triple buttom line* yaitu CSR.

Dalam perusahaan terdapat konsekuensi tanggung jawab atau istilah lain *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang merupakan bentuk pertanggung jawaban perusahaan yang melibatkan *triple buttom line (3P)* yaitu profit, *planet, people* karena perusahaan telah menjadi bagian wilayah yang dimana terdapat masyarakat serta lingkungan yang digunakan untuk beroperasi. Perusahaan tidak hanya mementingkan keuntungan tapi juga bagaimana masyarakat sekitar bisa merasakan dampak positif serta lingkungan tempat perusahaan beroperasi apakah mendapat kerugian berupa pencemaran (Muslichah & Bahri, 2021).

Corporate social responsibility is defined as a business system that enables

the production and distribution of wealth for the betterment of its stakeholders through the implementation and integration of ethical systems and sustainable management practices, Smith (2011) dapat diartikan sebagai sistem bisnis yang merata baik segi produksi atau kekayaan untuk kesejahteraan pemangku kepentingan melalui sistem yang terintegrasi dengan baik. Mengutip laman berita Liputan6.com berikut beberapa fungsi CSR, pertama yaitu transparansi dalam memberikan informasi mengenai kegiatan sosial dan lingkungan perusahaan. Kedua, legitimasi sosial yaitu membangun citra positif dan memperoleh dukungan dari masyarakat. Ketiga, reduksi asimetri informasi yaitu mengurangi kesenjangan informasi antara manajemen dan pemilik. Keempat, pemenuhan tanggung jawab moral dan hukum yaitu mewujudkan tanggung jawab sosial secara etis maupun berdasarkan regulasi. Kegiatan atau praktik CSR yang telah dilakukan tersebut disampaikan melalui laporan tahunan, laporan keberlanjutan, atau dokumen khusus CSR, dan mencakup informasi yang relevan bagi pemangku kepentingan seperti investor, konsumen, regulator, dan masyarakat umum.

Pelaporan kegiatan CSR harus transparan dan akuntabilitas yang baik yang dipertanggungjawabkan kepada masyarakat. Melalui pelaporan yang sistematis dan terbuka, masyarakat dapat memperoleh informasi yang jelas mengenai program-program CSR yang telah dilaksanakan, termasuk tujuan, pelaksanaan, serta dampaknya. Hal ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif antara perusahaan dan pemangku kepentingan, tetapi juga merefleksikan komitmen serius perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan pembangunan berkelanjutan.

Penyusunan laporan CSR yang komprehensif menjadi indikator penting bagi perusahaan dalam menunjukkan integritas, etika bisnis, serta kontribusinya terhadap lingkungan dan sosial masyarakat. Selain itu, pelaporan ini mendukung terciptanya tata kelola perusahaan yang baik sehingga meningkatkan kepercayaan publik serta memperkuat reputasi perusahaan dimata pemangku kepentingan.



Gambar 1.1 Grafik perbandingan pengungkapan CSR
Sumber: Bursa Efek Indonesia

Berdasarkan grafik di atas jumlah perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR berbeda tiap tahun. Pada tahun 2021 jumlahnya 661 perusahaan. Tahun 2022 jumlahnya 842, tahun 2023 jumlahnya 882, dan tahun 2024 mengalami penurunan menjadi 873 perusahaan. Kisaran yang tidak jauh mengenai perubahan jumlah perusahaan. Tingginya jumlah pelaporan kegiatan CSR tidak secara otomatis dapat dijadikan tolok ukur bahwa seluruh perusahaan besar akan melakukan pengungkapan atau pelaksanaan CSR. Mengutip laman Liputan6.com, pernyataan Sekretaris Daerah (Sekda) Provinsi Jambi, Sudirman, dari total 41 perusahaan tambang batu bara yang ada, sebanyak tujuh perusahaan

dikenai sanksi karena tidak melaksanakan CSR untuk perbaikan jalan nasional yang mengalami kerusakan akibat aktivitas angkutan batu bara. Ketujuh perusahaan tersebut adalah PT Kirana Graha Buana, PT Terminalindo Idaman Permal, PT Tamarona Mas Internasional, PT Marga Perkasa, PT Anugerah Alam Andalas Andalan, PT Bumi Borneo Inti, dan PT Kasongan Mining Mills. Akibat pelanggaran tersebut, kendaraan angkutan batu bara milik ketujuh perusahaan itu dilarang beroperasi untuk sementara waktu. Pengungkapan CSR masih terdapat indikasi kuat adanya praktik *greenwashing*. Mengutip laman KPBU Kementrian Keuangan, *greenwashing* merupakan istilah *green campaign* oleh perusahaan menyampaikan *green brand image* perusahaan kepada publik, seperti misalnya menerapkan proses produksi yang ramah terhadap lingkungan padahal perusahaan sedang membohongi publik.

Mengutip Lokuwaduge & Silva (2022), dalam konteks lingkungan, *greenwashing* didefinisikan sebagai pengungkapan namun tidak sesuai dengan penerapan di lapangan. *Greenwashing* menjadi istilah yang mencakup berbagai tindakan yang melebih-lebihkan dan salah dalam mengartikan konsep “*green*”. *Greenwashing* juga merupakan tindakan pemasaran yang dirancang untuk menciptakan kesan yang baik tentang perusahaan atau produk suatu perusahaan. Parahnya lagi, hal tersebut dilakukan untuk menyesatkan dan menipu investor dan pelanggan dengan menggunakan istilah-istilah seperti “*clean energy*”. Jadi pada prinsipnya, istilah *greenwashing* merupakan sebuah terminologi yang menggabungkan kata “*green*” atau hijau dengan “*whitewash*”, yang berarti membuat klaim yang salah atau tidak tepat terkait produk, jasa, dan/atau praktik yang diklaim sebagai ramah lingkungan.

Praktik ini merujuk pada tindakan perusahaan yang tidak sepenuhnya mencerminkan laporan CSR yang disampaikan, atau bahkan bertentangan dengan realita operasionalnya. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak selalu dilandasi komitmen etis, melainkan dapat pula dipengaruhi oleh motivasi strategis lain, seperti pencitraan atau kepentingan investasi. Di Indonesia, CSR diatur melalui berbagai peraturan perundang-undangan yang memberikan landasan hukum bagi implementasinya. Dasar hukum utama terkait CSR adalah Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam undang-undang CSR disebut sebagai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Berdasarkan Pasal 74, perusahaan yang bergerak di sektor yang berkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan CSR. Kewajiban ini harus direncanakan dalam anggaran perusahaan dan diperlakukan sebagai bagian dari biaya operasional, dengan memperhatikan prinsip kewajaran dan kepatutan. Jika perusahaan tidak memenuhi kewajiban ini, maka dapat dikenai sanksi sesuai ketentuan hukum yang berlaku. Ketentuan ini diperjelas lebih lanjut melalui Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal juga mengatur kewajiban pelaksanaan CSR. Dalam Pasal 15 dan 16 disebutkan bahwa investor wajib melaksanakan tanggung jawab sosial, menjaga kelestarian lingkungan, serta memperhatikan kesejahteraan masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya. Dalam praktiknya, masih ditemukan penyimpangan yang mengarah pada *greenwashing*.

Penelusuran *Indonesian Center for Environmental Law (ICEL)* menemukan

bahwa selama periode 2017 hingga 2021, terdapat sembilan kasus *greenwashing* di Indonesia yang dilaporkan dan dipublikasikan di media. Kasus yang melibatkan Nestlé, yang memasarkan produk air kemasan dengan label “Pure Life Natural Spring”. Klaim ini mendapat kritik karena dianggap tidak mencerminkan komitmen nyata terhadap kelestarian lingkungan. Bahkan, pernyataan bahwa produk tersebut menggunakan 30% lebih sedikit plastic dan tidak disertai dengan penjelasan yang detail. Contoh lainnya adalah kampanye “Green Initiatives” dari Adaro Energy, yang mengklaim berkontribusi terhadap upaya hijau dan mendukung perubahan iklim, namun klaim ini menuai keraguan publik, mengingat dalam laporan tahunan perusahaan tetap menyatakan bahwa terdapat bisnis pertambangan batu bara, dengan target produksi sebesar 54 juta ton dan cadangan mencapai 1,1 miliar ton (Law, 2022). Hal ini menimbulkan pertanyaan serius mengenai kesungguhan perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta memperkuat indikasi bahwa pengungkapan CSR dapat menjadi alat strategis untuk membentuk citra, bukan semata-mata sebagai bentuk komitmen terhadap keberlanjutan.

Sektor industri bisa menjadi faktor yang memengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR). Hal ini didasarkan pada ketentuan hukum yang berlaku, khususnya peraturan yang memberikan penekanan khusus terhadap kewajiban CSR bagi perusahaan yang beroperasi di sektor yang terkait pemanfaatan sumber daya alam. Misalnya, dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, diatur bahwa perusahaan yang bergerak di bidang tersebut diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Meskipun dalam praktiknya, pengungkapan CSR juga dilakukan perusahaan yang disebutkan langsung oleh undang-undang, seperti perusahaan yang memproduksi barang konsumsi sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi pengungkapan CSR tidak hanya karena kewajiban hukum, tetapi juga dapat dipengaruhi faktor lain seperti tekanan pasar, ekspektasi konsumen, atau strategi reputasi perusahaan. Sektor barang konsumsi non-siklis, seperti industri rumah tangga, seharusnya juga mendapat perhatian lebih besar dalam diskursus CSR. Hal ini disebabkan sifat produk-produk sektor tersebut yang dikonsumsi secara masif dan berulang dalam kehidupan sehari-hari sehingga kontribusinya terhadap permasalahan global seperti peningkatan jumlah sampah rumah tangga dan limbah kemasan plastik sangat signifikan.

Produk kebutuhan sehari-hari seperti makanan kemasan, produk perawatan pribadi, dan alat kebersihan rumah tangga memiliki siklus konsumsi yang tinggi dan terus-menerus, yang gilirannya menciptakan beban ekologis yang besar jika tidak dikelola dengan baik. Dalam konteks ini, perusahaan dalam sektor tersebut memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan yang besar, baik dalam aspek produksi berkelanjutan, pengelolaan limbah, hingga edukasi konsumen terkait konsumsi bertanggung jawab meskipun sektor ekstraktif seperti pertambangan dan perkebunan cenderung lebih terlihat dalam laporan CSR karena aktivitas mereka yang berdampak langsung terhadap lingkungan, sektor konsumsi non- siklis juga perlu diberi perhatian yang proporsional, mengingat dampak kumulatif dan jangka panjangnya terhadap ekosistem dan kesejahteraan masyarakat. Penyesuaian kebijakan dan fokus CSR perlu diarahkan agar perusahaan dalam sektor ini tidak hanya mematuhi regulasi lingkungan, tetapi juga proaktif dalam

menciptakan nilai sosial dan ekologis yang berkelanjutan.

Faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR melibatkan berbagai dimensi, mulai dari karakteristik internal perusahaan seperti ukuran, *leverage*, dan profitabilitas hingga faktor eksternal seperti tekanan sosial, regulasi pemerintah, dan jenis industri. Setiap faktor ini saling berinteraksi dan berkontribusi pada keputusan perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial mereka kepada publik dan pemangku kepentingan. Hasil penelitian Roslin & Ethika (2019) menyebutkan faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR yaitu kepemilikan saham asing yaitu proporsi saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagian-bagiannya yang berstatus luar negeri, sedangkan 5 hipotesa lain yaitu *leverage*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian Dewanti & Afif (2022) menunjukkan faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR yaitu *size*, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *sales growth* terhadap pengungkapan CSR. Dalam beberapa penelitian yang diduga memengaruhi pengungkapan CSR yaitu ukuran perusahaan.

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan. Perusahaan yang besar cenderung mendapatkan sorotan yang lebih banyak dari berbagai kalangan sehingga pertanggungjawaban yang dipublikasikan akan menunjukkan sisi kepatuhan hukum perusahaan yang akan meningkatkan kepercayaan publik yang termasuk salah satunya yaitu para investor serta para pemangku lain seperti para pejabat terhadap perusahaan tersebut. Namun dalam

beberapa penelitian terdapat perbedaan hasil yang bertolak belakang ada yang berpengaruh dan tidak berpengaruh. Hasil penelitian dari Afrizal (2024) dan Antoni & Pratami (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian Hasanah & Nurmawati (2023) dan Hunafah et al. (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Selain ukuran perusahaan, yang diduga memengaruhi pengungkapan CSR yaitu *leverage*. Pengertian *leverage* secara umum yaitu penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap seperti utang. *Leverage* yang menjadi tolak ukur utang perusahaan tentu memiliki tanggung jawab kepada para investor atau kreditur sebagai penyuplai dana perusahaan membuat adanya pemisahan antara pemilik (*principal*) dan manajer (pengelola) yang bisa menimbulkan konflik kepentingan. Untuk itu pengungkapan CSR bisa digunakan untuk mengurangi persepsi negatif dari kreditur dan juga menunjukkan tindakan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Pengungkapan CSR bisa digunakan sebagai alat untuk menjalin komunikasi yang baik dengan para investor. Dalam beberapa studi empiris terdapat hasil yang berpengaruh dan tidak berpengaruh. Hasil penelitian Pratiwi & Hasnawati (2022) menunjukkan *leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil yang berbeda menunjukkan *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR dalam penelitian Asada et al. (2024) dan Tjondro et al., (2024) bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Selain kinerja keuangan, kepemimpinan diduga memberikan pengaruh dalam pengungkapan CSR yaitu dewan komisaris perusahaan. Dalam

pengawasan tata kelola perusahaan jumlah orang dalam lingkaran pimpinan atas bisa menjadi faktor baiknya operasional perusahaan karena banyaknya pengalaman yang dapat diberikan para pimpinan tersebut. Ukuran dewan komisaris merujuk pada jumlah individu yang duduk sebagai anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Ukuran dewan komisaris sebagai salah satu elemen tata kelola perusahaan memiliki tugas diantaranya sebagai pengontrol atau pengawas dalam jalannya perusahaan tersebut. Dalam beberapa studi empiris terdapat hasil yang berpengaruh dan tidak berpengaruh. Hasil penelitian Hasanah & Nurmawati (2023) dan Antoni & Pratami (2022) menunjukkan ukuran dewan komisaris tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian Afrizal (2024) dan Zahroh et al., (2023) menunjukkan ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Dalam tata kelola perusahaan, pengambilan keputusan yang tepat menjadi fokus utama termasuk pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR tidak hanya sebagai komitmen perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, tetapi juga menjadi bagian dari strategi manajemen yang dapat memengaruhi kinerja keuangan, khususnya profitabilitas. Beberapa penelitian menempatkan profitabilitas sebagai variabel independen karena sebagai indikasi kesehatan finansial perusahaan.

Keterbaruan penelitian yaitu profitabilitas sebagai moderasi. Pembahasan kesehatan finansial perusahaan tidak lepas dari tata cara pengelolaannya. Maka profitabilitas bisa digunakan sebagai indikator penilaian manajemen suatu perusahaan. Menurut Purnamasari & Nuryani (2022) profitabilitas merupakan

indikator utama dalam mengukur keberhasilan implementasi kebijakan pengendalian manajemen. Profitabilitas sebagai acuan dalam mengelola sumber daya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks penelitian, kebijakan pengendalian yang baik, termasuk pengelolaan kegiatan CSR yang terintegrasi dengan strategi bisnis, dapat membantu menekan biaya operasional serta meningkatkan reputasi dan loyalitas pelanggan. Perubahan dalam tingkat profitabilitas dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai efektivitas kebijakan pengendalian yang diterapkan, termasuk kebijakan CSR. Pengelolaan CSR yang tepat tidak hanya berkontribusi secara sosial dan lingkungan, tetapi juga meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan efisiensi operasional dan citra positif di mata pemangku kepentingan. Oleh karena itu, integrasi CSR dalam tata kelola perusahaan menjadi bagian penting dalam strategi pengendalian manajemen untuk memastikan bahwa tujuan ekonomi dan sosial dapat tercapai secara seimbang dan berkelanjutan.

Berdasarkan pemaparan di atas, diharapkan memberikan kontribusi baru terhadap literatur, khususnya dalam memperjelas bagaimana profitabilitas tidak hanya berdiri sebagai indikator memengaruhi tetapi juga sebagai faktor yang mampu mengubah kekuatan hubungan dalam struktur keuangan dan tata kelola perusahaan.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa penjelasan yang perlu dianalisis lebih dalam yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
4. Apakah profitabilitas memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR?
5. Apakah profitabilitas memoderasi pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR?
6. Apakah profitabilitas memoderasi pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR dengan moderasi profitabilitas.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR dengan moderasi profitabilitas
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR dengan moderasi profitabilitas

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini meliputi:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih baik dengan memperdalam definisi dan pemahaman konsep-konsep yang relevan. Temuan penelitian diharapkan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dan dapat mengembangkan teori lebih lanjut atau menguji kembali konsep-konsep yang telah ada.

2. Manfaat Praktis

Bagi manajemen perusahaan, hasil penelitian dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategi terkait pertanggungjawaban tanggung jawab sosial perusahaan, dengan memperhatikan kondisi keuangan dan struktur organisasi perusahaan.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat batasan penelitian yang ditetapkan untuk fokusnya penelitian dan menjelaskan ruang lingkup penelitian, berikut batasan penelitian yang ditetapkan oleh peneliti:

1. Ukuran Perusahaan diprosikan dengan total aset. Total aset dipilih karena mencerminkan besarnya sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk mendukung operasional dan aktivitas eksternal, termasuk tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Perusahaan dengan aset yang besar cenderung memiliki eksposur publik yang lebih tinggi, sehingga lebih terdorong untuk

mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan demi menjaga reputasi dan memperoleh legitimasi dari masyarakat. Selain itu, perusahaan besar umumnya memiliki struktur organisasi dan keuangan yang lebih stabil, yang memudahkan mereka dalam merancang dan melaksanakan program CSR secara konsisten.

2. *Leverage* diproksikan dengan rasio total liabilitas terhadap total aset. Tingginya *leverage* dapat menjadi indikator adanya tekanan keuangan yang mendorong perusahaan untuk fokus pada efisiensi biaya sehingga mempengaruhi keputusan mereka dalam melaksanakan atau mengungkapkan program CSR. Namun di sisi lain, perusahaan dengan *leverage* tinggi mungkin akan lebih terdorong untuk mengungkapkan informasi CSR guna menciptakan citra positif di mata kreditur dan investor sebagai bentuk tanggung jawab dan transparansi.
3. Ukuran Dewan Komisaris diukur berdasarkan jumlah anggota dewan komisaris. Banyaknya anggota dewan komisaris diasumsikan berpengaruh terhadap efektivitas pengawasan dan pengambilan keputusan perusahaan, termasuk dalam hal pengungkapan tanggung jawab sosial. Dewan komisaris yang lebih besar biasanya memiliki latar belakang yang lebih beragam dan pengalaman yang lebih luas, yang berpotensi mendorong perusahaan untuk lebih peduli terhadap isu-isu sosial dan lingkungan serta mendorong manajemen untuk meningkatkan transparansi melalui pengungkapan CSR.
4. Profitabilitas diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA). Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi umumnya memiliki fleksibilitas keuangan yang lebih besar untuk mendanai kegiatan sosial dan lingkungan. Selain itu, perusahaan yang lebih menguntungkan cenderung memiliki

dorongan yang lebih besar untuk mempertahankan reputasi positif di mata pemangku kepentingan melalui praktik dan pengungkapan CSR. Sebaliknya, perusahaan dengan ROA rendah mungkin memprioritaskan efisiensi dan operasional internal dibandingkan kegiatan sosial yang tidak menghasilkan keuntungan langsung.

5. Pengungkapan CSR diproksikan dengan standar *Global Reporting Initiative* (GRI Standards). Penggunaan standar ini karena data yang dapat diukur secara kuantitatif dan sesuai dengan praktik dan regulasi yang ada di Indonesia.