

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Penelitian pengaruh kepemilikan asing, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI, membutuhkan kajian teori sebagai berikut :

1. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori stakeholder pertama kali digagas oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984 dan menyatakan bahwa teori stakeholder adalah teori mengenai organisasional manajemen dan etika bisnis yang membahas moral dan nilai dalam mengatur organisasi. Dinyatakan dalam teori stakeholder bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus mampu memberikan manfaat bagi para stakeholder-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder perusahaan tersebut (Yulfaida dan Zulaikha, 2012). Asumsi teori stakeholder dibangun atas dasar pernyataan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar dan menyebabkan masyarakat menjadi sangat terkait dan memerhatikan perusahaan, sehingga perusahaan perlu menunjukkan akuntabilitas maupun responsibilitas secara lebih luas dan tidak terbatas hanya kepada pemegang saham.

Adanya teori stakeholder ini adalah memberikan landasan bahwa suatu perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi stakeholder-nya. Manfaat tersebut dapat diberikan dengan cara menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Adanya program tersebut pada perusahaan diharapkan akan meningkatkan kesejahteraan bagi karyawan, pelanggan, dan masyarakat lokal. Sehingga diharapkan terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan sekitar .

2. Teori Legitimasi (*Legitimacy theory*)

Legitimacy theory menyatakan bahwa organisasi harus secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa perusahaan melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat. Legitimasi dianggap sebagai asumsi bahwa tindakan yang dilakukan suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas atau sesuai dengan sistem, norma, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara social Rawi dan Muchlish (2010).

Lindblom (1994) dalam Zaenudin (2007) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai macam ancaman legitimasi. Karena itu, untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan (seperti kecelakaan yang serius atau skandal keuangan, organisasi mungkin :

- a. Mencoba untuk mendidik para stakeholder tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya.

- b. Mencoba untuk mengubah persepsi stakeholder terhadap suatu kejadian (tetapi tidak mengubah kinerja aktual organisasi)
- c. Mengalihkan (memanipulasi) perhatian dari masalah yang menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif yang tidak berhubungan dengan kegagalan-kegagalan)
- d. Mencoba untuk mengubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya).

Legitimasi sosial akan diperoleh dari perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial yang disajikan pada laporan tahunan perusahaan. Perusahaan menggunakan pengungkapan CSR untuk melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat karena pengungkapan aktivitas CSR akan menunjukkan tingkat kepatuhan suatu perusahaan seperti kepatuhan terhadap norma-norma yang berlaku, serta harapan-harapan publik kepada perusahaan tersebut (Setiarini, 2015).

3. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori Agensi pertama kali dicetuskan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976. Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa hubungan agency terjadi saat satu orang atau lebih (*principal*) memperkerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan. Hubungan antara principal dan agent dapat mengarah pada kondisi ketidakseimbangan informasi (*asymmetrical information*) karena *agent* berada pada posisi yang memiliki informasi yang lebih banyak tentang perusahaan dibandingkan dengan *principal*.

Teori keagenan merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis perusahaan yang dipakai selama ini. Prinsip teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer. Menurut teori ini hubungan antara pemilik dan manajer pada hakekatnya sukar tercipta karena adanya kepentingan yang saling bertentangan.

Teori keagenan menyatakan bahwa, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba lebih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen. Salah satunya biaya yang akan dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat yaitu biaya-biaya yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan (Abbas dkk, 2019).

4. Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pada umumnya setiap perusahaan, pengungkapan CSR atau pelaporan merupakan pemberian informasi atas konsekuensi atau bentuk pertanggung jawaban mengenai aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan CSR dapat diartikan sebagai mekanisme yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan stakeholder dan digunakan untuk memberikan keuntungan atau memperbaiki legitimasi bagi perusahaan (Widyastari dan Sari, 2018). Meski begitu, CSR bukan merupakan hal yang baru diatur dalam perundang-undangan, termasuk yang bersifat sektoral, telah mengatur mengenai CSR tersebut.

Peraturan mengenai CSR telah diatur dalam Undang-Undang No 40 tahun 2007, pasal 66 dan 74 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang No 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Pada pasal 66 ayat 2 bagian c disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan dalam pasal 74 menjelaskan tentang kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi semua perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam.

Tindakan CSR perusahaan dapat disajikan secara bersamaan dengan informasi keuangan dalam *annual report* atau disajikan terpisah dalam *sustainability report*. *Annual report* adalah pengungkapan informasi tanggung jawab social (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan. Sedangkan *sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan, sosial dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan keberlanjutan (*sustainable development*) (Terzaghi, 2012).

Sustainability report disusun berdasarkan pedoman dari *Global Reporting Initiative* (GRI) yang telah dikembangkan sejak tahun 1990, menjadi organisasi independen pada 2002 dan disusun terpisah dari laporan keuangan dan laporan tahunan. Dalam standar GRI-G4 indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial mencakup praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat sosial dan tanggung

jawab atas produk. Pada setiap dimensi terdapat sejumlah indikator masing-masing yang total keseluruhannya sejumlah 91 indikator.

5. Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing telah dijelaskan dalam Undang-Undang No. 25 tahun pada Pasal 1 angka 6, Kepemilikan asing adalah perseorangan warga Negara asing, badan usaha asing, dan pemerintahan asing yang melakukan penanaman modal di wilayah Republik Indonesia.

Dilihat dari teori *stakeholder*, kepemilikan asing yang tinggi dalam sebuah perusahaan membuat manajer berusaha untuk melakukan intensitas pengungkapan CSR yang tinggi pula karena pihak asing lebih *concern* terhadap kegiatan sosial dan lingkungan perusahaan (Wulandari dan Sudana, 2018).

Puspitasari (2009) mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki kepemilikan asing cenderung memberikan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan yang tidak. Hal ini disebabkan oleh beberapa alasan, pertama perusahaan asing terutama yang berasal dari Eropa dan Amerika lebih mengenal konsep praktik dan pengungkapan CSR. Kedua, perusahaan asing mendapatkan pelatihan yang lebih baik dalam bidang akuntansi dari perusahaan induk di luar negeri. Ketiga, perusahaan tersebut mungkin mempunyai sistem informasi yang lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan internal dan kebutuhan perusahaan induk. Keempat, kemungkinan permintaan yang lebih besar pada perusahaan yang berbasis asing dari pelanggan, pemasok dan masyarakat umum.

6. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Apabila nilai rasio yang dihasilkan semakin besar, maka dapat dilihat bahwa manajemen aset perusahaan dijalankan dengan baik. Dengan tingkat profitabilitas yang tinggi berarti perusahaan akan beroperasi pada tingkat biaya rendah yang akhirnya akan menghasilkan laba yang tinggi (Hariyanto dkk, 2021). Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan dengan lebih luas. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya (Hackston dan Milne, 1996).

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham Gray, et al., (Sembring, 2005), sehingga dapat dijelaskan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba demi meningkatkan nilai pemegang saham. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka perusahaan cenderung melaksanakan dan mengungkapkan program tanggung jawab sosialnya. Hal yang mendasari adalah karena pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan sebuah kegiatan yang memerlukan pembiayaan sehingga jika suatu perusahaan lebih profitable,

dimungkinkan perusahaan tersebut akan melaksanakan program CSR yang lebih besar. Selain itu, profitabilitas mencerminkan suatu pendekatan perusahaan dalam melakukan adaptasi dengan lingkungan yang dinamis dan bersifat multidimensi. Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah diyakini mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang dilakukan pihak manajemen untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan Rahayu dan Anisykurlillah (2015).

7. Leverage

Leverage merupakan penggunaan aktiva atau dana dimana dalam penggunaannya aktiva atau dan tersebut perusahaan harus menutupi biaya tetap atau beban tetap. Sumber dana perusahaan dapat dibagi menjadi dua yaitu sumber dana internal dan sumber dana eksternal. Sumber dana internal berasal dari laba perusahaan. Sementara sumber dana eksternal merupakan sumber dana perusahaan yang berasal dari luar perusahaan, misalnya hutang dari kreditur dan lain sebagainya (Alfarizi, 2016).

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan, dengan demikian menggambarkan risiko keuangan

perusahaan. Skala pengukuran terhadap *leverage* adalah rasio. Untuk mengukur *leverage* dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan rasio hutang terhadap modal sendiri (Sembiring, 2019).

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun Peneliti	Variabel X	Variabel Y	Hasil Penelitian
1	Mujiyati, dan R.D.Afianto <i>Seminar Nasional dan The 6th Call for Syariah Paper.2019</i>	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Komite Audit, Dan Likuiditas	<i>Corporate Social Responsibility</i>	1. profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> 2. <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
2	Hasnia., Dan S.Rofingatun. <i>Jurnal akuntansi &Keuangan Daerah. 2017</i>	profitabilitas, likuiditas, growth dan media exposure	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
3	Saragih dkk. <i>JRAK.2019</i>	<i>Corporate governance</i> , Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan	<i>Corporate Social Responsibility</i>	1. profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> 2. <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
4	Putri,R.K. <i>Jurnal Ilmiah Aset. 2017</i>	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas, Dan Basis Kepemilikan	<i>Corporate Social Responsibility</i>	1. profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR <i>leverage</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Lanjutan Tabel 2.1.

No	Peneliti dan Tahun Peneliti	Variabel X	Variabel Y	Hasil Penelitian
5	Saputra Syailendra Eka. <i>Jurnal of Economic and Economic Education</i> . 2016	<i>Leverage</i> , Profitabilitas, dan <i>Size</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i>	1. profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> 2. <i>leverage</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
6	Sukenti,S,. N.Hidayati dan M.C.Mawardi. <i>Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi</i> .2017	Profitabilitas, likuiditas, <i>growth</i> .	pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR
7	Krisna, A.D, dan N.Suhardianto. <i>Jurnal Akuntansi dan Keuangan</i> . 2016	ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi dan ukuran komite audit.	pengungkapan CSR.	1. profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> 2. <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
8	Sumilat, Hillary dan Destriana, Nicken. <i>Jurnal Bisnis dan Akuntansi</i> .2017	Kepemilikan manajerial, Kepemilikan Publik, Kepemilikan Asing, Independensi dewan direksi, komite audit, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , profitabilitas dan likuiditas	Pengungkapan CSR.	1. Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR. 2. <i>Leverage</i> dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

Lanjutan Tabel 2.1.

No	Peneliti dan Tahun Peneliti	Variabel X	Variabel Y	Hasil Penelitian
9	Kusumawati,E, dan F.F. Fauziah. <i>Seminar Nasional Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 2020</i>	Likuiditas, <i>Leverage</i> , Dewan Komisaris Independen, Kinerja Lingkungan, Dan Kepemilikan saham Publik	Pengungkapan <i>Corporate Social Resposibility</i>	<i>Leverage</i> berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
10	Putri,K.A dan E.M.Aditya. <i>Jurnal Ilmiah Aset. 2019</i>	profitabilitas, likuiditas, dan <i>leverage</i>	pengungkapan CSR	1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR. 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap CSR.
11	Wiyuda dan Pramono. <i>Jurnal Akuntansi. 2017</i>	Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris, Profitabilitas, Komite Audit, Tipe Industri dan <i>Leverage</i>	pengungkapan CSR	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap CSR.
12	Sari, Amilia. <i>Journal of Economics and Business.2020</i>	Kepemilikan Asing, <i>Leverage</i> dan Profitabilitas	pengungkapan CSR	1. Kepemilikan asing dan <i>leverage</i> berpengaruh positif terhadap CSR 2. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR
13	Abbas S. D, Hakim N. Z. dan Istianah N. <i>Jurnal Akuntansi dan Keuangan. 2019</i>	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Kepemilikan Saham Publik	pengungkapan CSR	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap CSR.
14	Mudjiyanti.R dan S.S.Maulani. <i>Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi. 2017</i>	Likuiditas dan profitabilitas	pengungkapan CSR	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR.

Lanjutan Tabel 2.1.

No	Peneliti dan Tahun Peneliti	Variabel X	Variabel Y	Hasil Penelitian
15	Ruslim Herman, Wijaya A, Ekadjaja A, dan Yanti M. <i>International Journal of Advanced Engineering and Management Research</i> .2017	Ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan kepemilikan asing	Pengungkapan CSR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR 2. Leverage tidak berpengaruh terhadap CSR 3. Kepemilikan asing berpengaruh negatif terhadap CSR
16	Ruroh Ivon Nurmas dan Latifah Sri Wahjuni. <i>JURNAL AKADEMI AKUNTANSI</i> . 2018	Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Risk Minimization	Pengungkapan CSR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR 2. Leverage berpengaruh positif terhadap CSR
17	Yanti dkk. <i>Jurnal Karisma</i> . 2021	Ukuran Perusahaan, Ukuran dewan Komisaris, Kepemilikan Instiusional, Leverage, Profitabilitas	Pengungkapan CSR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR 2. Leverage berpengaruh positif terhadap CSR
18	Sulistiyorini,N.dan B.Suryono. <i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi</i> .2019	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Likuiditas	Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan	Profitabilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

C. Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh kepemilikan asing terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan asing merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak asing pada perusahaan multinasional Machmud dan Djakman (2008) menyatakan bahwa investor asing merupakan pihak yang dianggap concern terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan. Besarnya investor asing dalam perusahaan akan mendorong manajemen untuk memperhatikan keinginan para stakeholder agar perusahaan melakukan aktivitas CSR sebagai penerapan asas tanggung jawab atau tanggung jawab atas aktivitas usahanya yang berpengaruh terhadap aspek sosial dan lingkungan di sekitarnya, sehingga memberikan keyakinan pada masyarakat bahwa aktivitas perusahaan sudah sesuai dengan hukum, norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat, yang pada akhirnya akan memberikan keuntungan jangka panjang berupa terjaminnya keberlangsungan usaha (Nugroho dan Yulianto, 2015). Hal ini terbukti dari hasil penelitian dari Dewi dan Suaryana (2015), Sari (2020), dan Sumilat dan Destriana (2017) menyatakan bahwa kepemilikan saham asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 = Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2. Pengaruh profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “good news” kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan berinvestasi di perusahaan tersebut. Hasil penelitian Ruslim, dkk (2017), Nifaturrohma (2019) dan Wiyuda (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap CSR. Hal ini berarti perusahaan dengan nilai Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi keuangan yang kuat, maka akan mendapatkan tekanan yang lebih dari pihak eksternal perusahaan untuk lebih mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya secara lebih luas. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 = Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

3. Pengaruh *leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan dengan *leverage* yang rendah mencerminkan kemampuan pendanaan dari pemegang saham yang baik. Sedangkan, tingkat *leverage*

perusahaan dikatakan tinggi jika pendanaan untuk aktivitas perusahaan lebih banyak berasal dari pihak eksternal, dimana hal tersebut yang diperhatikan oleh debtholders. Untuk meminimalisir perhatian debtholders maka manajemen perusahaan memfokuskan pada peningkatan laba sehingga luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dikurangi. Abbas, dkk (2019), Prasadnyani (2015), dan Krisna dan Suhardianto (2016) berpendapat bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR maka hipotesis penelitian ini adalah:

H3 = *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

