

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan, baik oleh peneliti yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri.

2.1.1 Evi Mutia, Zuraida dan Devi Andriani (2011)

Meneliti pengaruh size, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah size, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris. Dari ketiga variabel tersebut hanya ada dua variabel yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu size dan ukuran dewan komisaris.

Persamaan : Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada variabel dependen yaitu sama-sama menggunakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perbedaan : Perbedaannya yaitu penelitian sekarang menggunakan profitabilitas, umur dan profil perusahaan sebagai variabel independennya. Sedangkan penelitian terdahulu menggunakan size perusahaan, profitabilitas perusahaan dan

ukuran dewan komisaris. Untuk penelitian sekarang menggunakan tahun 2010-2014. Sedangkan tahun penelitian terdahulu yaitu tahun 2006-2008.

2.1.2 Linda Santoso dan Erlina Chandra (2012)

Berjudul “Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, umur perusahaan dan dewan komisaris independen dalam pengungkapan CSR”. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR sedangkan variabel independen nya adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, umur perusahaan dan dewan komisaris independen. Hasil penelitian menjelaskan bahwa profitabilitas dan dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan *leverage* dan umur perusahaan tidak berpengaruh.

Persamaan : Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada variabel dependennya yaitu sama-sama menggunakan variabel dependen pengungkapan tanggung jawab sosial.

Perbedaan : Penelitian sekarang menggunakan variabel independen profitabilitas perusahaan, umur perusahaan, profil perusahaan. Sedangkan penelitian terdahulu menggunakan variabel independen profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, umur perusahaan dan dewan komisaris.

2.1.3 Virgiawan Aditya Permana, Raharja (2012)

Melakukan penelitian tentang pengaruh kinerja lingkungan dan karakteristik perusahaan terhadap CSR disclosure. Penelitian CSR *disclosure* ini menggunakan variabel dependen yaitu CSR *disclosure* dan variabel yang terdiri dari kinerja lingkungan dan karakteristik perusahaan (size, profitabilitas, profile, ukuran dewan komisaris dan leverage). Dari kinerja lingkungan dan lima variabel

tersebut, empat variabel dinyatakan berpengaruh positif terhadap *CSR disclosure* yaitu kinerja lingkungan, size, profitabilitas, dan profil perusahaan. Sedangkan untuk ukuran dewan komisaris dan leverage dinyatakan tidak berpengaruh terhadap *CSR disclosure*.

Persamaan : Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada variabel dependennya yaitu sama-sama menggunakan variabel dependen pengungkapan tanggung jawab sosial.

Perbedaan : Penelitian sekarang menggunakan variabel independen profitabilitas perusahaan, umur perusahaan, profil perusahaan. Sedangkan penelitian terdahulu menggunakan variabel independen kinerja lingkungan, size perusahaan, profitabilitas perusahaan, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris dan leverage.

2.1.4 Nurul Kusuma Wardani, Indri Januarti (2013)

Meneliti karakteristik perusahaan terhadap *CSR disclosure* pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI. Variabel dependen berupa *CSR disclosure* sedangkan variabel independen berupa ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan leverage. Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semakin besar jumlah dewan komisaris yang dimiliki oleh perusahaan, akan semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR karena profitabilitas yang tinggi maka perusahaan memiliki lebih banyak dana yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan aktivitas

CSR, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sitepu dan Hasan (2008) bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR.

Persamaan : Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada sampel penelitiannya yaitu sampel penelitian terdahulu dan penelitian sekarang sama-sama menggunakan perusahaan manufaktur yang *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Perbedaan : Penelitian sekarang menggunakan variabel independen profitabilitas perusahaan, umur perusahaan, profil perusahaan. Sedangkan peneliti terdahulu menggunakan variabel independen yaitu ukuran dewan komisaris, profitabilitas perusahaan, leverage. Penelitian terdahulu meneliti pada tahun 2009-2011 sedangkan penelitian sekarang meneliti untuk tahun 2010-2014.

2.1.5 Azwir Nasir (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Azwir Nasir yang berjudul “Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran, dan Umur Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate social Responsibility* pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Penelitian membahas tentang apakah variabel kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas, ukuran, dan umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Variabel yang terdapat didalam penelitian ini yaitu variabel independen yang terdiri dari kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan dengan variabel terikatnya adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan teknik analisis data

yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Periode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu selama tahun 2008-2010. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang menggunakan sampel Perusahaan *Food And Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini yaitu variabel *leverage* dan umur perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan variabel kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban perusahaan.

Persamaan : Variabel independennya yaitu profitabilitas, umur perusahaan dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependennya *Corporate Social Responsibility*. Teknik *purposive sampling*. Menggunakan rumus *logaritma natural* dari jumlah seluruh asset yang dimiliki oleh perusahaan dalam mengukur variabel ukuran perusahaan.

Perbedaan : Periode penelitian yang dilakukan oleh Azwir Nasir yaitu tahun 2008-2010, sedangkan penelitian saat ini periode penelitiannya yaitu tahun 2010-2014.

2.2 Landasan Teori

Pada bab ini akan menjelaskan tentang teori yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

2.2.1 Teori Legitimasi

Menurut O'Donovan dalam Nor Hadi (2011, h:87-91) legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka

mengembangkan perusahaan ke depan. Hal ini dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengontruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju.

Upaya yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam rangka melakukan legitimasi yang efektif yaitu dengan cara:

- 1) Melakukan identifikasi dan komunikasi/dialog dengan publik.
- 2) Melakukan komunikasi dialog tentang masalah nilai sosial kemasyarakatan dan lingkungan, serta membangun persepsinya tentang perusahaan.
- 3) Melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan, terutama terkait dengan masalah tanggungjawab sosial (*Social Responsibility*).

Teori legitimasi menjelaskan perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan (Chariri,2007 :411). Legitimasi dari para stakeholders sangat penting karena perusahaan berada disebuah lingkungan sosial atau komunitas sosial yang mana interaksi dengan alam dan masyarakat serta nilai, norma, dan hukum tidak dapat dihindar. Interaksi tersebut menghasilkan konsekuensi adanya social contract yang harus dilakukan perusahaan untuk memiliki ekspetasi dari para stakeholder. Selain itu, perusahaan juga dituntut berkontribusi positif terhadap komunitas sosial melalui CSR.

2.2.2 Teori Pensinyalan (*Signaling Theory*)

Manajemen selalu berusaha untuk mengungkapkan informasi privat yang menurut pertimbangannya sangat diminati oleh investor dan pemegang

saham, khususnya jika informasi tersebut merupakan berita baik (*good news*). Menyampaikan informasi dengan menyediakan informasi tambahan mengenai kegiatan perusahaan dan juga sebagai sarana untuk tanda (signal) pada stakeholders mengenai hal-hal seperti memberikan tanda (signal) tentang kepedulian perusahaan pada lingkungan sekitar atau tanda bahwa perusahaan tidak hanya menyediakan informasi keuangan perusahaan tetapi juga menyediakan informasi yang lebih dari para stakeholders.

Signaling theory ini menekankan bahwa perusahaan akan cenderung menyajikan informasi yang lebih lengkap untuk memperoleh reputasi yang lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan, yang pada akhirnya akan menarik investor. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa semakin besar perusahaan maka semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial yang diungkapkan (Suwardjono, 2005).

2.2.3 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Ada hubungan erat antara manajer (agen) dengan principal (pemegang saham). Pemegang saham ingin mengetahui semua informasi diperusahaan termasuk aktivitas manajemen dan suatu yang terkait dengan investasi/dananya dalam perusahaan. Hal dilakukan untuk meminta pertanggung jawaban atas kinerja manajer (Hendrikson 2001:206). Teori agensi menjelaskan hubungan antara principal dengan agen. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari stakeholders.

2.2.4 Tanggung jawab social perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Oleh karena itu, CSR berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan, dimana suatu organisasi, terutama perusahaan, dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, misalnya tingkat keuntungan atau deviden, melainkan juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusannya itu, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka yang lebih panjang.

Daniri (2008) mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap strategi stakeholdersnya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. Pelaksanaan CSR di Indonesia, merupakan suatu keharusan bagi perusahaan mengingat perkembangan dan laju perekonomian yang semakin pesat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang didirikan, baik perusahaan nasional yang modalnya didapat dari Negara, perusahaan swasta yang dimiliki dari pihak swasta, maupun perusahaan gabungan antara keduanya.

2.2.5 Pertanggungjawaban Sosial dan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu tindakan dari organisasi untuk secara sukarela memusatkan perhatian dan mengintegrasikan tujuan kelangsungan perusahaan terhadap lingkungan dan sosial masyarakat serta lingkungan ke dalam operasinya dan hubungannya terhadap *shareholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi atau perusahaan dibidang hukum. Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau organisasi diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah laporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan sekitar perusahaan berdiri, sosial, dan kinerja organisasi serta produknya dalam hubungannya dengan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

2.2.6 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Gray dkk, (2001) mendefinisikan CSR disclosure sebagai suatu proses penyediaan informasi yang dirancang untuk mengemukakan masalah seputar sosial accountability, yang mana secara khas tindakan ini dapat dipertanggung jawabkan dalam media-media seperti laporan tahunan maupun dalam bentuk iklan-iklan yang berorientasi sosial.

Terkait dengan CSR disclosure , Munif (2010) dalam Hary Ardian dan Surya Rahardja (2013) menyatakan ada beberapa standar untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan, salah satunya adalah pedoman *Global Reporting Indeks (GRI)* dari *Global Reporting*

Initiatives (GRI) pedoman GRI ini banyak digunakan sebagai *banchmark* oleh para peneliti untuk mengukur kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia masih bersifat sukarela, maka didalam praktiknya masih banyak terjadi variabilitas luasnya item-item yang dilaporkan atau diungkapkan.

Global Reporting Initiative (GRI) adalah pedoman atau standar pengukuran pengungkapan CSR oleh perusahaan. Standar GRI meliputi 6 aspek, yang meliputi: Indikator Kinerja Pengungkapan Ekonomi yang terdiri dari 9 item, Indikator Kinerja Pengungkapan lingkungan yang terdiri dari 30 item, Indikator Pengungkapan Sosial yang terdiri dari 40 item dengan Aspek Tenaga Kerja dan Kepatuhan Kerja, Aspek Hak Asasi Manusia, Aspek Masyarakat, dan Aspek Tanggung Jawab Produk. Pedoman ini telah dikembangkan melalui proses multi *stakeholders* yang menggabungkan partisipasi bisnis, investasi akuntansi, penelitian hak asasi manusia, dan organisasi tenaga kerja diseluruh dunia. Untuk 79 komponen standar pengukuran pengungkapan CSR peneliti akan melampirkan pada halaman lampiran.

2.2.7 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

Kebijakan mengenai pengungkapan sosial perusahaan pada umumnya sesuai dengan karakteristik perusahaan. Banyak faktor yang mempengaruhi pengungkapan pertanggungjawaban sosial diprosikan ke dalam profitabilitas yang dalam hal ini digunakan salah satu alternatif untuk menggambarkan profitabilitas, yaitu *Return On Asset (ROA)*, umur perusahaan yang dianggap

sebagai variabel penduga dalam pengungkapan tanggungjawab sosial, dan ukuran perusahaan.

2.2.8 Profitabilitas

Munawir (2004) profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau nilai hasil akhir operasional perusahaan selama periode tertentu. Menurut Husnan (2001) profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan menggambarkan keefektifan yang dicapai manajemen perusahaan ketika melakukan kegiatan operasional perusahaan (Saleh, 2004). Profitabilitas sangat penting digunakan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik di masa depan. Oleh sebab itu, perusahaan atau badan usaha akan senantiasa meningkatkan profitabilitas karena semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin meningkat kinerja perusahaan dalam mengelola aset serta semakin tinggi pula keberlangsungan hidup perusahaan tersebut.

Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan. Ratio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi. Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin

tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan ROA yaitu dengan membandingkan laba bersih dengan total aset. Untuk menghitung ROA menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{laba bersih sebelum pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

2.2.9 Umur Perusahaan

Umur perusahaan menunjukkan berapa lama perusahaan tersebut dibentuk dan beroperasi. Menurut Sri dan Sawitri (2011) bahwa semakin lama perusahaan itu beroperasi maka masyarakat akan lebih banyak mengetahui informasi tentang perusahaan tersebut. Perusahaan yang telah lama berdiri disertai dengan jam kerja yang tinggi akan lebih banyak mengumpulkan, memproses, dan menghasilkan informasi tentang perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nofandri (2008) menyatakan bahwa umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Dengan demikian, umur perusahaan dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan dengan suatu perusahaan. Perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman lebih banyak dan mengetahui kebutuhan konstituennya atas informasi tentang perusahaan. Umur perusahaan juga menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengatasi hambatan yang terjadi didalam perusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor. Ansah (2010) meneliti tentang pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hasilnya menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap

pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Rumus menghitung umur perusahaan:

$$\text{Umur perusahaan} = 2010/2011/2012/2013/2014 - (\text{tahun } \textit{first issue})$$

2.2.10 Ukuran perusahaan

Brigham dan Houston dalam Seyla (10) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil dari pada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian. Size perusahaan bisa diukur pada total asset (aktiva tetap, tidak berujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar menurut Purnasiwi dalam Heni (5) *size* perusahaan yang diukur dengan total asset akan ditransformasikan dalam logaritma of natural untuk menyamakan dengan variabel lain karena total asset perusahaan nilainya relatif besar dibandingkan variabel-variabel lain (*In of Total Asset*).

Menurut Departement Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Suatu perusahaan yang sudah mapan akan memiliki aktivitas yang lebih besar dan memiliki risiko atau tanggung jawab yang besar pula sesuai dengan aktivitas yang dilakukan. Semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin dikenal masyarakat, yang berarti semakin mudah untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan (Jogiyanto, 2003:282).

Ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal masyarakat berarti semakin mudah untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan. Sembiring (2003) dalam penelitiannya juga menentukan adanya pengaruh antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari sisi tenaga kerja, dengan semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Rumus yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan adalah:

$$Size = Ln \text{ Total Aset}$$

2.2.11 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau nilai hasil akhir operasional perusahaan selama periode tertentu. Menurut Husnan (2001) profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan menggambarkan keefektifan yang dicapai manajemen perusahaan ketika melakukan kegiatan operasional perusahaan (Saleh, 2004). Profitabilitas dalam penelitian ini diwakili oleh *Return On Asset* (ROA).

Penelitian yang dilakukan oleh Evi Mutia, Zuraida dan Devi Andriani (2011) membuktikan bahwa tidak ada pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Linda Santoso dan Erlin Chandra (2012) dan Nurul Kusuma Wardani, Indri Januarti (2013)

menunjukkan bahwa ada pengaruh profitabilitas terhadap CSR. Menurut Virgiawan Aditya Permana, Raharja (2012) terdapat hubungan positif antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR.

2.2.12 Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Umur perusahaan menunjukkan berapa lama perusahaan tersebut dibentuk dan beroperasi. Menurut Sri dan Sawitri (2011) bahwa semakin lama perusahaan itu beroperasi maka masyarakat akan lebih banyak mengetahui informasi tentang perusahaan tersebut. Perusahaan yang telah lama berdiri disertai dengan jam kerja yang tinggi akan lebih banyak mengumpulkan, memproses, dan menghasilkan informasi tentang perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Andi Kartika (2010) yang mengatakan terdapat pengaruh positif antara umur perusahaan dengan kelengkapan pengungkapan informasi sosial. Tetapi penelitian yang dilakukan Utami dan Prastiti (2011) mengatakan tidak terdapat hasil yang signifikan antara variabel umur perusahaan dengan CSR.

2.2.13 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

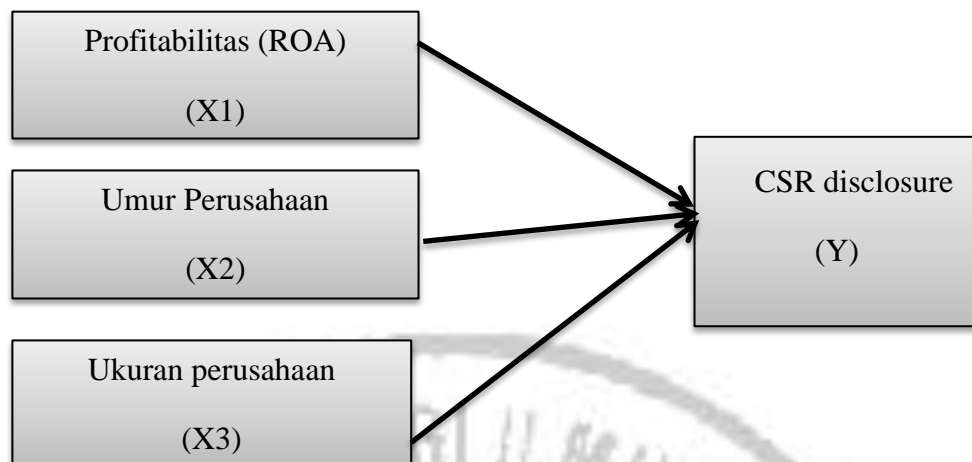
Brigham dan Houston dalam Seyla (10) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak.

Sebaliknya jika penjualan lebih kecil dari pada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian.

Penelitian yang dilakukan oleh Linda santoso dan Erline Chandra (2021) menunjukkan tidak ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap CSR, Evi Mutia, Zuraida dan Devi Andriani (2011) menyimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan terhadap CSR, Virgiawan Aditya Permana, Raharja (2012) menyimpulkan bahwa ada pengaruh positif antara ukuran perusahaan terhadap CSR.

2.3 Kerangka Pemikiran

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk kepedulian yang dilakukan oleh perusahaan terhadap dampak yang ditimbulkan dari kegiatan operasional terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas besar justru menganggap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dapat mengganggu informasi suksesnya keuangan perusahaan. Keterkaitan antara variabel dalam penelitian ini akan dijelaskan dalam kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menunjukkan beberapa hipotesis. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *CSR disclosure*

H2: Umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *CSR disclosure*

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *CSR disclosure*