

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Adapun Penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan peneliti sebelumnya :

##### 2.1.1 Puji, dan Muhammad (2013)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari karakteristik perusahaan dalam hal ukuran perusahaan, *profitabilitas*, dan *leverage* pada tingkat pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan secara parsial maupun simultan. Data yang digunakan berasal dari ICMD ( *Indonesian Capital Market Directory* ) dan perusahaan yang laporan tahunan untuk tahun 2007 dan 2009 . Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda dengan uji asumsi klasik serta hipotesis t -test dan hipotesis F -test untuk menguji data sebagian dan secara bersamaan . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial hanya ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Bersamaan, ukuran perusahaan, *profitabilitas*, dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan sosial dalam perusahaan tahunan.

Penelitian Puji, dan Muhammad (2013) merupakan penelitian korelasi yang bertujuan untuk menguji hubungan antara duavariabel yang tidak menunjukkan hubungan fungsional. Perusahaan yang dijadikan sampel penelitian adalah perusahaan-perusahaan yang tergolong *high profile* yang terdaftar di BEI pada tahun 2007–2009.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang dilakukan oleh Puji, dan Muhammad (2013) terletak pada variabel independen yang dilakukan. Jika pada penelitian Puji, dan Muhammad (2013) menggunakan *size* perusahaan, *profitabilitas*, dan *leverage* sebagai variabel independennya, penelitian sekarang di tambahkan variabel umur perusahaan. Sedangkan persamaan yang terdapat pada penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah variabel dependennya yang sama-sama menguji pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **2.1.2 Maria (2012)**

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan terdaftar dalam PROPER selama tiga tahun . Kesadaran akan pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ( CSR ) berdasarkan bahwa perusahaan tidak hanya kewajiban ekonomi dan hukum kepada pemegang saham , tetapi juga kewajiban bagi para pemangku kepentingan. CSR menunjukkan bahwa tanggung jawab perusahaan harus didasarkan pada garis *triple bottom* tanggung jawab perusahaan pada sosial, lingkungan , dan keuangan . Faktor-faktor yang ukuran perusahaan, *leverage*, ukuran dewan komisaris, *profitabilitas*, dan kinerja lingkungan. Data yang digunakan Total 11 perusahaan pada tahun 2008-2010. Sampel diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi dari pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Penggunaan methos statistik dalam penelitian ini adalah regresi berganda dengan SPSS 17.0. Hasil penelitian ini menunjukkan

bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial, tetapi untuk *leverage*, ukuran dewan komisaris, *profitabilitas*, dan kinerja lingkungan tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria (2012) terletak pada variabel independen yang dilakukan. Jika pada penelitian Maria (2012) pengaruh ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan, *profitabilitas*, dan kinerja lingkungan sebagai variabel independennya, penelitian sekarang menghilangkan variabel pengaruh ukuran dewan komisaris, dan kinerja lingkungan dan menggantinya dengan variabel umur perusahaan. Sedangkan persamaan yang terdapat pada penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah variabel dependennya yang sama-sama menguji pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **2.1.3 Linda, dan Erline (2012)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *profitabilitas*, ukuran perusahaan, *leverage*, umur perusahaan, dan proporsi dewan komisaris independen terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 45 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek pada tahun 2008 sampai 2010 dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dan ringkasan data keuangan dapat diperoleh melalui laporan tahunan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling dan pengolahan data yang dilakukan dengan analisis linier berganda. Penelitian ini sebagian diperoleh menunjukkan bahwa

*profitabilitas*, ukuran perusahaan, dan proporsi dewan komisaris independen berpengaruh pada pengungkapan CSR. Di sisi lain, hasil parsial menunjukkan bahwa tidak adanya leverage dan umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang dilakukan oleh Linda dan Erlina (2012) terletak pada variabel independen yang dilakukan. Jika pada penelitian Linda dan Erlina (2012) pengaruh *profitabilitas*, ukuran perusahaan, *leverage*, umur perusahaan, dan proporsi dewan komisaris independen sebagai variabel independennya, penelitian sekarang menghilangkan variabel pengaruh proporsi dewan komisaris independen. Sedangkan persamaan yang terdapat pada penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah variabel dependennya yang sama-sama menguji pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **2.1.4 Sri, dan Sawitri (2011)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk discribe pengaruh *rasio net profit margin*, ukuran, umur perusahaan, *leverage* dan kepemilikan manajemen untuk pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan profil tinggi. Populasi adalah perusahaan *high-profile* yang terdaftar di BEI periode 2006-2008 dengan total 198 perusahaan. Dengan *purposive* sampling sampel diperoleh 44 perusahaan. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *net profit margin* dan ukuran berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan usia, *leverage* dan pengelolaan kepemilikan tidak berpengaruh pada pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan profil tinggi.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri dan Sawitri (2011) terletak pada variabel independen yang dilakukan. Jika pada penelitian oleh Sri dan Sawitri (2011) pengaruh rasio *net profit margin*, *Size*, umur perusahaan, *leverage* dan kepemilikan manajemen sebagai variabel independennya, penelitian sekarang menghilangkan variabel pengaruh rasio *net profit margin*, dan kepemilikan manajemen dan menggantinya dengan variabel *profitabilitas*. Sedangkan persamaan yang terdapat pada penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah variabel dependennya yang sama-sama menguji pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **2.1.5 Andreas, dan Chrystina (2011)**

Tujuan penelitian ini adalah memberi gambaran tentang praktek pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan properti dan *real estat* di Indonesia dan mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan (*size*, *leverage*, *profitabilitas* dan umur) terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan properti dan *real estat* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (menurut ICMD 2007). Pada ICMD tersebut diketahui bahwa jumlah perusahaan properti dan real estat yang tercatat adalah 33 perusahaan.

Dari hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa variabel *size*, *leverage*, *profitabilitas* dan umur mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial sebesar 93,5%, sedangkan sisanya sebesar 6,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Persamaan penelitian Andreas, dan Chrystina (2011) dengan penelitian ini adalah sama-sama menguji pengaruh leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Teknik analisis data yang digunakan sama-sama menggunakan regresi berganda.

Perbedaan penelitian Andreas, dan Chrystina (2011) dengan penelitian ini adalah Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2007. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode judgement random sampling. Sedangkan penelitian ini adalah menggunakan sampel perusahaan food and beverage yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2012. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling

## **2.2 Landasan Teori**

Berbagai perspektif teori telah digunakan untuk menjelaskan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Beberapa studi tentang pengungkapan sosial telah menggunakan teori legitimasi dan teori agensi sebagai basis dalam menjelaskan praktik pengungkapan sosial. Penelitian ini menggunakan teori legitimasi dan teori agensi sebagai dasar dalam menjelaskan praktik pengungkapan sosial.

### **2.2.1. Teori Legitimasi**

(Nor Hadi, 2011:87-90) berpendapat bahwa teori legitimasi sebagai dasar teori dalam menjelaskan praktik tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Legitimasi dapat terjadi karena beberapa faktor, antarlain lain adalah:

1. Adanya perubahan dalam kinerja perusahaan, namun harapan masyarakat tentang kinerja perusahaan tidak berubah.
2. Sebaliknya, kinerja perusahaan tidak mengalami perubahan, tapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan yang berubah.
3. Antara kinerja perusahaan dengan harapan masyarakat mengalami perubahan yang berlainan arah, atau ke arah yang sama tetapi waktunya berubah

### **2.2.2. Teori Agensi**

Saleh, (2008) menjelaskan teori agensi adalah teori yang menjelaskan tentang hubungan antara principal dan agen. Teori agensi menyatakan bahwa hubungan keagenan timbul ketika salah satu pihak (principal) memberi kuasa kepada pihak lain (agen) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingannya yang melibatkan pendelegasian beberapa otoritas pembuatan keputusan kepada agen.

Dalam kontrak ini agen berkewajiban untuk melakukan hal-hal yang memberikan manfaat dan meningkatkan kesejahteraan principal.

Berdasarkan teori agensi tersebut, manajer berusaha memenuhi kepentingan stakeholder dengan cara mengungkapkan pertanggungjawaban sosial perusahaannya. Para stakeholder akan puas bila perusahaan yang mereka investasikan di dalamnya mengungkapkan pertanggungjawaban sosial yang akan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

### **2.2.3. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Perusahaan merupakan bagian dari suatu sistem sosial yang terbentuk dari suatu proses panjang. Sebagai bagian dari sub sistem dari lingkungan masyarakat, maka masalah yang dihadapi oleh masyarakat merupakan masalah pula bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan juga mempunyai tanggung jawab atas masalah yang ada di masyarakat. Disamping itu, selain menggunakan dana dari pemegang saham, perusahaan juga menggunakan saham dari sumber lain yang sebagian berasal dari masyarakat, sehingga hal yang wajar jika masyarakat mempunyai harapan tertentu terhadap perusahaan (Hasibuan, 2001).

Menurut Sofyan Syafri Harahap (1993:85), ada beberapa alasan yang mendukung dan menentang konsep tanggung jawab sosial perusahaan. Adapun alasan-alasan yang dikemukakan oleh para pendukung tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut:



1. Keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan. Dalam jangka panjang hal ini akan sangat menguntungkan perusahaan.
2. Keterlibatan sosial memungkinkan mempengaruhi perbaikan lingkungan masyarakat yang mungkin akan menurunkan biaya produksi.
3. Meningkatkan nama baik perusahaan dan akan menimbulkan simpatipelanggan, karyawan, investor, dan lain-lain.
4. Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat. Campur tangan pemerintah cenderung membatasi peran perusahaan, sehingga jika perusahaan memiliki tanggung jawab sosial perusahaan, mungkin dapat mengurangi campur tangan pemerintah.
5. Dapat menunjukkan respon positif perusahaan terhadap norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat sehingga mendapat simpati masyarakat.
6. Sesuai dengan keinginan pemegang saham, dalam hal ini publik.
7. Mengurangi rasa kebencian masyarakat terhadap perusahaan yang kadangkadang sulit diatasi.
8. Membantu kepentingan nasional seperti konservasi alam, pemeliharaan barang-barang seni budaya, peningkatan pendidikan rakyat, lapangan kerja, dan lain-lain.

Sedangkan alasan yang dikemukakan oleh para penentang tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut:

1. Mengalihkan perhatian perusahaan dari tujuan utama mencari laba. Hal ini akan menimbulkan pemborosan.
2. Memungkinkan keterlibatan perusahaan terhadap permainan kekuasaan atau politik secara berlebihan yang sebenarnya bukan lapangannya.
3. Menimbulkan lingkungan bisnis yang monopolistik bukan pluralistik.
4. Keterlibatan sosial menimbulkan dana dan tenaga yang cukup besar yang tidak dapat dipenuhi oleh dana perusahaan yang terbatas, yang dapat menimbulkan kebangkrutan dan menurunkan tingkat pertumbuhan perusahaan.
5. Keterlibatan dalam kegiatan sosial yang demikian kompleks memerlukan tenaga para ahli yang belum tentu dimiliki oleh perusahaan.

Pengungkapan kinerja sosial pada laporan tahunan perusahaan seringkali dilakukan dengan sukarela oleh perusahaan. Adapun alasan-alasan perusahaan untuk mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela antara lain:

1. *Internal decision making*. Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas dan informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. data harus tersedia agar biaya dari pengungkapan tersebut dapat dibandingkan dengan manfaatnya bagi perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur, namun analisis secara sederhana lebih baik dilakukan daripada tidak sama sekali.

2. *Product differentiation*. Manajer dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat. Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan yang tidak bertanggung jawab akan terlihat lebih sukses daripada perusahaan yang bertanggung jawab. Hal ini mendorong perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengungkapkan informasi tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan dari perusahaan lain.

3. *Enlightened self interest*. Perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para stakeholder yang terdiri dari stockholder, kreditur, karyawan, pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

#### **2.2.4. Indikator Pengungkapan CSR (Corporate Social Responsibility)**

Menurut Nor Hadi (2011:48), tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) didefinisikan sebagai komitmen berkelanjutan dari perusahaan yang berjalan secara etis dan memiliki kontribusi terhadap pembangunan untuk meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka, dan juga komunitas lokal serta masyarakat luas.

Pengungkapan CSR (Corporate Social Responsibility) di Indonesia telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2007) paragraph 9 yang menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab

sosial. Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui pengungkapan CSR ini adalah agar publik dapat menilai sejauh mana perusahaan melakukan perbaikan sosialnya. Sedangkan manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengungkapkan CSR (Corporate Social Responsibility) adalah mendapatkan citra positif dari publik dan dapat mempertahankan sumberdaya manusia yang berkualitas.

Dalam penelitian ini tingkat pengungkapan CSR (Corporate Social Responsibility) perusahaan diukur berdasarkan pedoman yang dikeluarkan oleh Global Reporting Initiative (GRI) yang memperlihatkan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Aspek-aspek tersebut dapat dilihat annual report yang diterbitkan oleh perusahaan pertambangan. Dalam enam aspek indikator GRI (*Global Reporting Initiative*) tersebut terdapat tujuh puluh sembilan item.

#### **2.2.5. Size Perusahaan**

*Size* perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang berukuran lebih kecil. Alasan lainnya adalah bahwa perusahaan besar mempunyai biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas mengurangi biaya keagenan tersebut. Lebih banyak pemegang saham juga memerlukan lebih banyak pengungkapan karena tuntutan para pemegang saham tersebut dan para analis

pasar modal. Gunawan (2000) menyatakan bahwa, perusahaan yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial.

#### **2.2.6. Profitabilitas**

*Profitabilitas* merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan. Rasio *profitabilitas* mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. *Profitabilitas* merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan (*profit*), maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar.

Di dalam dunia usaha, perusahaan diharapkan untuk dapat menciptakan penghasilannya secara optimal. *Profitabilitas* merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting, karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan (*profit*), maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Para kreditur, pemilik perusahaan, dan terutama sekali pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan karena disadari benar pentingnya arti dari profit terhadap kelangsungan dan masa depan perusahaan.

Penggunaan rasio *profitabilitas* dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di dalam laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Dalam penelitian ini yang dipakai hanya yang terkait dengan investasi yaitu *Return On Asset (ROA)*. *Return On Asset* merupakan rasio antara saldo laba bersih setelah pajak dengan jumlah asset perusahaan secara keseluruhan. Rumus yang digunakan:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

### **2.2.7. Leverage**

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Rasio ini sama dengan rasio *sovabilitas*. Rasio *solvabilitas* adalah rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam pembayaran kewajibannya jika perusahaan tersebut dilikuidasi. Perusahaan yang tidak *sovabel* yaitu perusahaan yang total utangnya lebih besar dari total asetnya. Rasio ini juga menyangkut struktur keuangan perusahaan, struktur keuangan adalah bagaimana perusahaan mendanai aktivitasnya. Biasanya, aktivitas perusahaan didanai dengan hutang jangka pendek dan modal pemegang saham.

Menurut Brigham (2006:101) seberapa jauh perusahaan menggunakan utang (financial leverage) akan memiliki 3 (tiga) implikasi penting yaitu:

- a. Dengan memperoleh dana melalui utang, para pemegang saham dapat mempertahankan kendali mereka atas perusahaan tersebut dengan sekaligus membatasi investasi yang mereka berikan,
- b. Kreditor akan melihat pada ekuitas, atau dana yang diperoleh sendiri, sebagai suatu batasan keamanan, sehingga semakin tinggi proporsi dari jumlah modal yang diberikan pemegang saham, maka semakin kecil resiko yang dihadapi kreditor.
- c. Jika perusahaan mendapatkan hasil dari investasi yang didanai dengan dana hasil pinjaman lebih besar daripada bunga yang dibayarkan, maka pengembalian dari modal pemilik akan diperbesar, atau diungkit (*leverage*)

Ada beberapa macam rasio *leverage*, antara lain debt ratio (debt to total asset), debt to equity ratio, long term debt to equity, dan time interested earned. Namun, penelitian ini hanya berfokus pada debt to assets. Debt to total assets (DTA) menunjukkan beberapa bagian dari keseluruhan kebutuhan dana yang dibelenjai dengan utang atau beberapa bagian dari aktiva yang digunakan untuk menjamin utang. Kredit lebih menyukai rasio hutang yang rendah karena semakin rendah rasio ini, maka semakin rendah perlindungan terhadap kreditur dalam peristiwa likuidasi. Disisi lain, pemegang saham akan menginginkan leverage yang lebih besar karena dapat meningkatkan laba yang diharapkan.

### **2.2.8. Umur Perusahaan**

Menurut Sri dan Saitri (2011) Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan. Umur perusahaan diperkirakan memiliki hubungan positif dengan kualitas ungkapan sukarela. Hal ini dapat dikaitkan dengan teori legitimasi. Menurut teori ini, legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Semakin lama perusahaan maka semakin banyak informasi yang telah diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut. Dengan demikian legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan dalam bertahan hidup. Selain itu teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima masyarakat. Sehingga semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka perusahaan semakin mengungkapkan informasi sosialnya sebagai bentuk tanggung jawabnya agar tetap diterima di masyarakat.

### **2.2.9. Pengaruh *Size* Perusahaan Terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan.**

*Size* perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan. Hasil dari penelitian Puji, Muhammad (2013), Maria (2012), Linda, Erlina (2012), Sri, Sawitri (2011), Andreas, Christina (2011) menunjukkan bahwa *Size* Perusahaan



berpengaruh positif terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

#### **2.2.10. Pengaruh *Leverage* Perusahaan Terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan.**

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan lebih luas mengungkapkan informasi sosialnya. Semakin tinggi *leverage*, maka semakin banyak aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang dan semakin luas pengungkapan yang harus dilakukan oleh perusahaan. Hasil dari penelitian Puji, dan Muhammad (2013), Linda, Erlina (2012), Maria (2012) Sri, Sawitri (2011), dan Andreas, Christina (2011) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

#### **2.2.11. Pengaruh *Profitabilitas* Perusahaan Terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan.**

*Profitabilitas* diartikan sebagai kemampuan perusahaan menghasilkan laba selama periode tertentu. *Profitabilitas* yang tinggi akan memberikan kesempatan lebih besar kepada perusahaan dalam mengungkapkan program pertanggungjawaban perusahaan. Hasil penelitian dari Puji, Muhammad (2013), Linda, Erlina (2012), menunjukkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap pengungkapan program pertanggungjawaban. Maria (2012), Andreas, Christina (2011) menunjukkan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

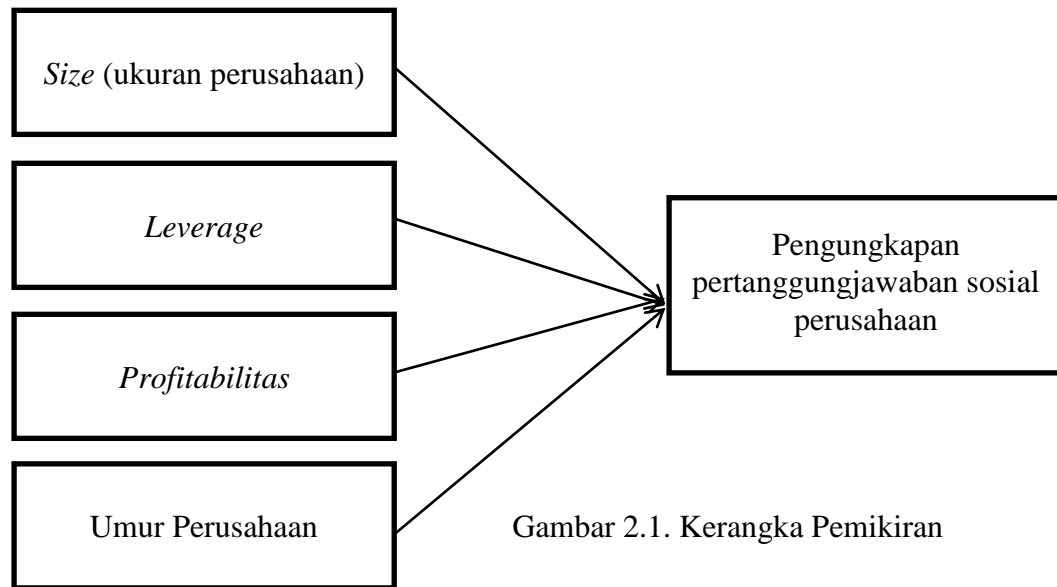
### **2.2.12. Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan**

Umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Dengan demikian, umur perusahaan dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan suatu perusahaan. Hasil penelitian dari Linda, Erlina (2012), Sri, Sawitri (2011), Andreas, Chrystina (2011) menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan

### **2.3. Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini merupakan penelitian korelasi yang bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel yang tidak menunjukkan hubungan fungsional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Karakteristik perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada *size* (ukuran perusahaan), *leverage*, *profitabilitas*, dan umur perusahaan. Perusahaan yang dijadikan sampel penelitian adalah perusahaan-perusahaan food and beverage yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2012.

Dari uraian tersebut diatas maka dapat digambarkan suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

#### 2.4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : *Size* perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan;
- H2 : *Leverage* perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan;
- H3 : *Profitabilitas* berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan;

H4 : Umur Perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.