

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya. Berikut ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu antara lain :

2.1.1 Indah Dewi Utami (2012)

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, dan umur perusahaan. Penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI dari tahun 2005 - 2007. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini adalah CSR memberikan pengaruh signifikan terhadap semua variabel yang digunakan.

Persamaan Penelitian :

1. Variabel independen yang digunakan merupakan variabel ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan umur perusahaan. Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah *corporate social responsibility disclosure*.
2. Menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.
3. Menggunakan sumber data sekunder.

Perbedaan Penelitian :

1. Pada variabel independen peneliti terdahulu menggunakan kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing.
2. Peneliti terdahulu menggunakan data laporan keuangan auditan dengan menggunakan tahunan buku yang berakhir pada 31 Desember selama tiga tahun (2005-2007). Sedangkan penelitian sekarang menggunakan data laporan keuangan auditan dengan menggunakan tahunan buku yang berakhir pada 31 Desember selama tiga tahun (2011-2013).
3. Penelitian terdahulu menggunakan perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI. Sedangkan penelitian sekarang menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

2.1.2 Linda Santioso dan Chandra (2012)

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, umur perusahaan dan dewan komisaris independen. Penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun 2008-2010. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* memberikan pengaruh signifikan terhadap profitabilitas, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan dewan komisaris independen. Namun CSR tidak memberikan pengaruh terhadap *leverage*.

Persamaan Penelitian :

1. Variabel independen yang digunakan merupakan variabel ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan umur perusahaan. Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
2. Menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.
3. Menggunakan sumber data sekunder.
4. Sama - sama menggunakan perusahaan manufaktur.

Perbedaan Penelitian :

1. Pada variabel independen peneliti terdahulu menggunakan profitabilitas dan *leverage*.
2. Peneliti terdahulu menggunakan data laporan keuangan auditan dengan menggunakan tahunan buku yang berakhir pada 31 Desember selama tiga tahun (2008-2010). Sedangkan penelitian sekarang menggunakan data laporan keuangan auditan dengan menggunakan tahunan buku yang berakhir pada 31 Desember selama tiga tahun (2011-2013).

2.1.3 Susilatri, Restu Agusti dan Deri Indriani (2011)

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris. Penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2004-2008. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* memberikan pengaruh signifikan terhadap

profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris dan tidak berpengaruh terhadap *leverage*.

Persamaan Penelitian :

1. Variabel independen yang digunakan merupakan variabel ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan umur perusahaan. Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah *corporate social responsibility disclosure*.
2. Menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.
3. Menggunakan sumber data sekunder.

Perbedaan Penelitian :

1. Pada variabel independen peneliti terdahulu menggunakan *leverage*, profitabilitas.
2. Peneliti terdahulu menggunakan data laporan keuangan auditan dengan menggunakan tahunan buku yang berakhir pada 31 Desember selama lima tahun (2004-2008). Sedangkan penelitian sekarang menggunakan data laporan keuangan auditan dengan menggunakan tahunan buku yang berakhir pada 31 Desember selama tiga tahun (2011-2013).
3. Penelitian terdahulu menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Sedangkan penelitian sekarang menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

2.2 Landasan Teori

Landasan teori merupakan bagian yang penting dalam sebuah penelitian. Manfaat landasan teori adalah agar penelitian dapat tepat sasaran dan efektif. Landasan teori dalam penelitian ini adalah Teori Keagenan (*Agency Theory*), Teori

Stakeholder (*stakeholder Theory*), Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*), Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Umur Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

2.2.1 Teori keagenan (*agency theory*)

Penelitian ini menggunakan teori keagenan dimana *agency theory* mengungkapkan adanya hubungan antara (*principal*) yaitu investor dan (*agent*) yaitu manajer yang dilandasai dari adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan, pemisahan penanggung resiko, pembuatan keputusan dan pengendalian fungsi-fungsi (Suaryana, 2011:5).

Teori agensi diartikan bahwa individu bertindak atas kepentingan masing-masing. Sehingga terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan prinsipal, sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*). Pemegang saham sebagai prinsipal diartikan hanya tertarik pada hasil keuangan yang semakin bertambah atau investasi mereka di perusahaan tersebut. Sedangkan agen (manajer) diartikan mendapat kepuasan berupa kompensasi keuangan.

Ada tiga faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu biaya pengawasan (*monitoring costs*), biaya kontrak (*contracting costs*), dan visibilitas politis. Perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial bertujuan untuk membangun *image* pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya dalam rangka untuk memberikan informasi pertanggungjawaban sosial, sehingga laba

yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Ketika perusahaan menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah dan visibilitas politik yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial. Jadi pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial berhubungan positif dengan kinerja sosial, kinerja ekonomi dan visibilitas politik dan berhubungan negatif dengan biaya kontrak dan pengawasan (biaya keagenan). Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat). Kemudian, sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

2.2.2 Teori stakeholder (*stakeholder theory*)

Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja (*stakeholder*) perusahaan bertanggung jawab, perusahaan harus menjaga hubungan baik dengan *stakeholdernya* dengan mengakomodasikan keinginan dan kebutuhan *stakeholdernya*, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghozali,2007).

Teori *stakeholder* menjelaskan perusahaan bukan entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri tapi harus memberi manfaat untuk

stakeholdernya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali & Chairiri, 2007).

2.2.3 Teori legitimasi (*legitimacy theory*)

Teori legitimasi menjelaskan bahwa untuk mendapatkan legitimasi, perusahaan akan beroperasi sesuai dengan batasan dan nilai yang diterima dalam masyarakat. Perusahaan harus mengikuti perkembangan norma yang ada karena selalu berubah dari waktu ke waktu. Secara berkesinambungan perusahaan berusaha mengikuti perubahan untuk mendapat legitimasi (Suaryana, 2011).

Kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat disebut proses legitimasi. Laba yang didapat perusahaan bukan menjadi patokan untuk mengukur kinerja perusahaan, tetapi kinerja perusahaan diukur dengan kinerja yang berkaitan dengan berbagai pihak yang berkepentingan. Kegagalan untuk memenuhi harapan masyarakat akan mengakibatkan hilangnya legitimasi, sehingga berimbas pada dukungan dari masyarakat bagi perusahaan (Suaryana, 2011).

Usaha perusahaan untuk memberikan informasi tentang aktivitas sosial yang sudah dilakukan untuk mendapat legitimasi masyarakat diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dengan tujuan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Suaryana, 2011).

2.2.4 Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar atau kecilnya perusahaan. Tolak ukur besar kecilnya perusahaan antara lain total penjualan, rata-

rata tingkat penjualan, dan total aktiva. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi pada tiga kategori, yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, perusahaan kecil (Pradipta & Purwaningsih, 2012).

Perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi resiko yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan (Untari, 2010).

2.2.5 Ukuran dewan komisaris

Dewan Komisaris merupakan organ Perseroan yang secara kolektif bertugas secara umum dan atau khusus sesuai dengan Anggaran Dasar serta memberikan nasehat kepada Direksi. Dewan Komisaris tidak turut serta dalam mengambil keputusan operasional. Kedudukan dari masing-masing anggota Dewan Komisaris termasuk Komisaris Utama adalah setara. Tugas Komisaris Utama sebagai *primus inter pares* adalah mengkoordinasikan kegiatan Dewan Komisaris. Dewan Komisaris diangkat dan diberhentikan oleh RUPS. Dalam melaksanakan tugas Dewan Komisaris bertanggung jawab kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Pertanggung jawaban Dewan Komisaris kepada RUPS merupakan perwujudan akuntabilitas pengawasan dan pengelolaan perusahaan dalam rangka pelaksanaan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*.

Komisaris independen merupakan anggota Dewan Komisaris yang tidak memiliki hubungan keuangan, kepengurusan, kepemilikan saham atau hubungan keluarga dengan anggota Dewan Komisaris lainnya atau dengan Pemegang Saham atau hubungan lainnya dengan Perseroan yang dapat mempengaruhi kemampuannya bertindak independen. Jumlah Komisaris Independen Perseroan sesuai Keputusan Direksi PT Bursa Efek Indonesia No. Kep-305/BEJ/07-2004. Sekurang-kurangnya perusahaan publik harus mempunyai Komisaris Independen sebanyak 30% dari jumlah keseluruhan anggota Dewan Komisaris yang ada pada perusahaan.

Kinerja Komisaris dievaluasi secara berkala minimal setahun sekali berdasarkan kriteria evaluasi kinerja yang diajukan oleh Komite Nominasi dan Remunerasi kepada Dewan Komisaris. Evaluasi Kinerja Komisaris dilakukan oleh pemegang saham dalam RUPS. Hasil evaluasi kinerja Anggota Dewan Komisaris akan digunakan oleh RUPS dalam memberikan remunerasi serta sebagai satu indikator dalam pengangkatan kembali dan pemberhentian Anggota Dewan Komisaris yang bersangkutan.

2.2.6 Umur perusahaan

Ketepatan dalam pelaporan keuangan oleh perusahaan dipengaruhi oleh usia (yaitu pengembangan dan pertumbuhan). Hal ini didasarkan dari teori kurva belajar. Karena itu, perusahaan profesional yang memiliki umur lebih tua cenderung lebih profesional dalam pengumpulan, pengolahan dan penyediaan informasi ketika diperlukan karena pengalaman perusahaan.

Perusahaan yang mampu bersaing dengan perusahaan lain dan tetap eksis dapat dilihat dari umur perusahaan. Dengan demikian, kinerja keuangan suatu perusahaan dapat berkaitan dengan umur suatu perusahaan. Perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman yang lebih banyak dan mengetahui kebutuhan informasi tentang perusahaan.

2.2.7 Corporate social responsibility

Mekanisme dalam organisasi yang secara sukarela memberikan perhatian kepada lingkungan dan kegiatan sosial dalam operasinya, berinteraksi dengan *stakeholders* disebut dengan *corporate social responsibility (CSR)*. Tanggung jawab sosial dikatakan juga sebagai timbal balik perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar karena perusahaan telah mendapatkan keuntungan dari masyarakat dan lingkungan tersebut. Proses pengambilan keuntungan tersebut perusahaan seringkali menimbulkan kerusakan lingkungan dan dampak sosial.

Undang-undang yang mengatur tentang CSR terdapat dalam Undang-Undang Nomor 40, Tahun 2007, Bab V Pasal 74. Pasal tersebut berisi tentang :

1. Perseroan yang mempunyai suatu usaha yang ada kaitannya dengan sumber daya alam diwajibkan menjalani tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana yang dimaksudkan dalam ayat (1) merupakan kewajiban yang telah diperhitungkan dan dianggarkan sebagai biaya perseroan dan pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan aturan yang ada.

3. Perseroan yang tidak melakukan kewajiban pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan yang ada.
4. Ketentuan lebih lanjut diatur dalam peraturan pemerintah mengenai tanggung jawab sosian dan lingkungan.

Corporate Social Responsibility merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan hanya pada tanggung jawab dari aspek ekonomi dan keuangan saja, tapi juga harus berpijak pada tanggung jawab pada aspek sosial dan lingkungan. Ide tanggung jawab sosial pada dasarnya adalah bagaimana perusahaan memberikan kepedulian kepada lingkungannya, terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan.

Perhitungan indeks CSRDI_j dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item yang diungkapkan oleh perusahaan diberikan nilai 1 dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari keseluruhan item dijumlahkan. Rumus CSRDI_j adalah sebagai berikut:

$$\text{CSRDI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure* Index perusahaan j

N_j : jumlah item untuk perusahaan j, n_j= 79

$\sum X_{ij}$: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = diungkapkan dengan demikian,
 $0 < CSDI_j > 1$

2.2.8 Manfaat *corporate social responsibility*

Pelaksanaan program CSR belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat, hal ini disebabkan karena minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan CSR. Padahal, banyak sekali manfaat yang akan didapat perusahaan apabila konsisten untuk melakukan program CSR, manfaat tersebut adalah :

1. Bagi perusahaan, ada empat manfaat yang diperoleh bagi perusahaan dengan mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility*. Pertama, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal. Ketiga, perusahaan mendapat sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).
2. Bagi masyarakat, praktik *Corporate Social Responsibility* yang baik akan meningkatkan nilai tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktek *Corporate*

Social Responsibility akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.

3. Bagi lingkungan, praktik *Corporate Social Responsibility* akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi.
4. Bagi negara, praktik *Corporate Social Responsibility* yang baik akan mencegah malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (tidak digelapkan) oleh perusahaan.

Menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu profit, lingkungan, dan masyarakat. Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan mengembangkan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah. Dengan memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang.

Perusahaan juga ikut mengambil bagian dalam aktivitas manajemen bencana. Manajemen bencana disini bukan hanya sekedar memberikan bantuan kepada korban bencana, namun juga berpartisipasi dalam usaha-usaha mencegah terjadi bencana dan meminimalkan dampak bencana melalui usaha-usaha pelestarian lingkungan sebagai tindakan preventif untuk meminimalisir bencana. Perhatian terhadap masyarakat, dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas - aktivitas

serta pembuatan – pembuatan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar di sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, dan penguatan ekonomi lokal.

2.2.9 Corporate social responsibility disclosure

Ikatan Akuntan Manajemen Indonesia atau IAMI (2012) menjelaskan bahwa Laporan pertanggung jawaban sosial, masyarakat akan mengetahui aktivitas-aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan. Dengan Standar melakukan praktik dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan akan mendapatkan manfaat antara lain, peningkatan penjualan, memperkuat *brand positioning*, citra perusahaan, menurunkan biaya operasi, serta meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor dan analis keuangan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang berkembang di Indonesia adalah merujuk standar yang dikembangkan oleh *GRI (Global Reporting Initiatives)*. Ikatan Akuntan Indonesia, Kompartemen Akuntan Manajemen (IAI-KAM) atau sekarang dikenal sebagai Ikatan Akuntan Manajemen Indonesia (IAM) merujuk standar yang dikembangkan oleh GRI dalam pemberian penghargaan Indonesia *Sustainability Report Award (ISRA)* kepada perusahaan-perusahaan yang ikut serta dalam membuat laporan berkelanjutan atau *sustainability report*.

Branco dan Rodrigues (2006) dalam Yuniarti (2007) menjelaskan bahwa Instrumen pengukuran pengungkapan CSR yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrument yang digunakan oleh *Global Reporting Index (GRI)*. *Global Reporting Index (GRI)* adalah sebuah pedoman atau standar pengukuran pengungkapan CSR oleh perusahaan. GRI digunakan sebagai pengukuran

dikarenakan lebih komprehensif dalam menilai aktivitas CSR suatu perusahaan dengan menggunakan 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial.

2.2.10 *Global reporting index (GRI)*

Menurut GRI dalam Charina (2013) *Global Reporting Index (GRI)* adalah sebuah pedoman atau standar pengukuran pengungkapan CSR oleh perusahaan. Standar GRI meliputi 6 aspek, yaitu : Aspek Ekonomi, Aspek Tenaga Kerja dan Kepatuhan Kerja, Aspek Hak Asasi Manusia, Aspek Masyarakat, Aspek Produk. Pedoman ini telah dikembangkan melalui proses multi *stakeholder* yang menggabungkan partisipasi aktif bisnis, investasi akuntansi hak asasi manusia dan organisasi tenaga kerja dari seluruh dunia.

Masing-masing standar pengungkapan tersebut memiliki beberapa aspek yang harus diungkapkan dalam laporan CSR perusahaan. Dari masing-masing standar tersebut, terdapat beberapa penjelasan dari tiap-tiap item pengungkapan yang harus diungkapkan oleh masing-masing perusahaan dalam menerapkan CSR.

2.2.11 Pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility disclosure* perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

Untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan suatu perusahaan, ukuran perusahaan adalah variabel penduga yang paling banyak digunakan. Dalam Indah Dewi Utami (2012) menemukan pengaruh signifikansi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) yang menyatakan

bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2.2.12 Pengaruh antara ukuran dewan komisaris terhadap *corporate social responsibility disclosure* perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

Indah (2012) menyatakan bahwa pengawasan yang efektif dan pengendalian CEO akan lebih mudah jika anggota dewan komisaris jumlahnya semakin besar. Dihubungkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, manajemen juga akan mendapat tekanan yang semakin besar. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Linda (2012), tapi berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nofan (2008) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak dipengaruhi oleh ukuran dewan komisaris.

2.2.13 Pengaruh antara umur perusahaan terhadap *corporate social responsibility disclosure* perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

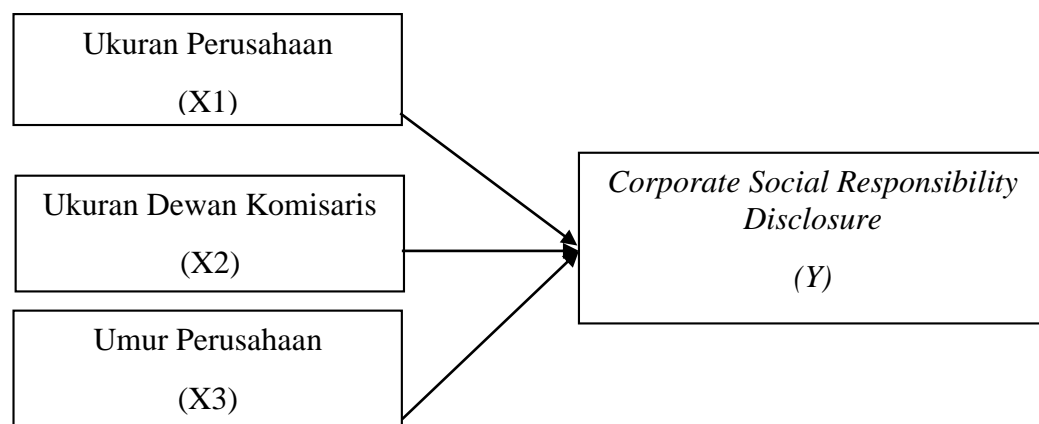
Umur perusahaan menjadi indikator bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Dengan demikian, kinerja suatu perusahaan berkaitan dengan umur suatu perusahaan. Perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman yang lebih banyak dan mengetahui kebutuhan atas informasi tentang perusahaan.

Erlene (2012) meneliti tentang pengaruh umur perusahaan terhadap pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan, hasilnya menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sedangkan Nofan (2012) tidak menemukan pengaruh yang signifikan antara umur perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan guna menguji pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan umur perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Berdasarkan gambar diatas maka ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan umur perusahaan akan dianalisis pengaruhnya terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada dasarnya adalah anggapan yang mungkin benar, dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan atau pemecahan personal ataupun

untuk dasar penelitian lebih lanjut (Supranto, 2001). Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

H1 : ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

H2 : ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

H3 : umur perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.