

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Teori *Stakeholder*

Teori *Stakeholder* menerangkan bahwasaya suatu perusahaan dalam operasi bisnisnya tidak hanya untuk memenuhi kepentingan individualnya saja, tetapi juga harus memberikan manfaat terhadap berbagai pihak yang memiliki kepentingan (*stakeholder*).¹ Menurut Purwanto dalam Tampubolon dan Siregar menjelaskan *stakeholder* merupakan beberapa pihak yang memiliki kepentingan tertentu kepada suatu perusahaan yang terdiri atas tenaga kerja, pelanggan, warga masyarakat, *supplier*, pemerintah, investor, kreditor, pesaing, dan sebagainya.² Sedangkan, menurut Triwanto dalam Purnamasari dan Masyithoh menjelaskan bahwa pemangku kepentingan atau *stakeholder* merupakan suatu kelompok pihak yang berkepentingan terhadap aktivitas operasional perusahaan secara langsung maupun tidak langsung, dan karenanya sekelompok pihak tersebut memiliki pengaruh serta dapat dipengaruhi oleh kebijakan perusahaan.³ Teori pemangku kepentingan (*stakeholder*) mempunyai konsep bahwa kelangsungan hidup perusahaan dapat dipengaruhi oleh *stakeholder*, tergantung kekuatan yang dimiliki oleh masing-masing para pemangku kepentingan. Teori *stakeholder* bertujuan untuk meningkatkan efektifitas manajemen perusahaan, sehingga perusahaan memiliki

¹ Teguh Erawati dan Lia Indah Sari, "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 12, no. 1, (2021): 50.

² Entherthiman Galvani Tampubolon dan Dina Arfianti Siregar, "Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia," 224.

³ Lidya Purnamasari dan Siti Masyithoh, "Pengaruh Size, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*," 79-80.

nilai dan dapat meminimalisir kerugian bagi pemangku kepentingan.⁴

Berdasarkan teori *Stakeholder*, para pemangku kepentingan mengharapkan manajemen perusahaan melaksanakan kegiatan yang cukup penting serta melaporkan kembali kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan dalam bentuk laporan, sehingga para *stakeholder* tahu akan berbagai macam kegiatan yang telah dilaksanakan oleh manajemen perusahaan. Teori *stakeholder* menunjukkan bahwa semua elemen pemangku kepentingan dalam entitas perusahaan memiliki hakikat untuk disediakan informasi terkait bagaimana kegiatan operasional perusahaan dapat mempengaruhi para pemangku kepentingan.⁵

Teori *Stakeholder* menyatakan tanggung jawab perusahaan tidak hanya sebatas masalah-masalah yang berhubungan dengan perekonomian (*shareholder*), tetapi menjadi lebih kompleks jangkauannya sampai pada isu sosial kemasyarakatan. Dengan memperhatikan isu-isu sosial tersebut, maka terbentuklah istilah tanggung jawab sosial.⁶ *Company* perlu dan harus menjalin hubungan yang seimbang dan berpadanan dengan pihak yang terlibat terhadap perusahaannya yaitu *stakeholder*, salah satunya dengan melaksanakan program sosial yang wajib dilaksanakan yaitu CSR dan melakukan pengungkapan akan program CSR tersebut. Pelaksanaan program sosial serta melakukan pengungkapan atas program sosial tersebut, diharapkan bisa menuntaskan dan sesuai dengan keinginan para *stakeholder* (pemangku kepentingan), sehingga dapat terjalin relasi yang selaras dan akan memberikan dampak yang baik bagi keberlangsungan

⁴ Teguh Erawati dan Lia Indah Sari, "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)," 50.

⁵ Imam Ghozali, *Intellectual Capital: Model Pengukuran, Framework Pengungkapan dan Kinerja Organisasi*, (Malang: UMM Press, 2017) 35. <http://books.google.co.id/>

⁶ Hillary Sumilat dan Nicken Destriana, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility," *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 19, no. 1a (2017): 130.

perusahaan.⁷ Pengungkapan CSR juga sebagai penyeimbang konflik diantara para pemangku kepentingan. Menurut Riswari *Stakeholder* perlu mengetahui seberapa jauh perusahaan melakukan peranannya sesuai dengan yang diinginkan *stakeholder* dan mengevaluasi akan hal tersebut serta menuntut adanya akuntabilitas dalam pelaporan program CSR yang telah dilaksanakan. Sehingga penting bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR.⁸

2. CSR (*Corporate Social Responsibility*)

a. Pengertian CSR

Definisi *corporate social responsibility* berdasarkan ISO 26000 yaitu sebuah tanggung jawab organisasi atas *impact* dari keputusan yang diambil, dan diimplementasikan dalam bentuk *behavioural* yang terbuka serta beretika searah dengan *establishment* berkelanjutan serta kemakmuran masyarakat. Sangat penting dalam kewajiban tanggungjawab tersebut organisasi tetap memperhatikan kehendak *stakeholder*, beriringan dengan hukum yang ditetapkan, norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.⁹ CSR menurut *The World Business Council For Sustainable* ialah komitmen perseroan untuk memberikan kontribusi kepada karyawan, komunitas setempat, dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas kehidupan,

⁷ Lidya Purnamasari dan Siti Masyithoh, "Pengaruh Size, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) Disclosure," 79-80.

⁸ Rafika Angraini Putri dan Yulius Jogi Christiawan, "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi pada perusahaan-perusahaan yang mendapatkan penghargaan ISRA dan *Listed (Go-Public)* di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012), *Business Accounting Review* 2, no. 1, (2014): 62.

⁹ Hartini Retnaningsih, "Permasalahan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat," *Aspirasi* 6, no. 2 (2015): 179.

dalam rangka pembangunan *economy* berkelanjutan.¹⁰ Jadi, *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah suatu bentuk tanggungjawab yang dilakukan organisasi (perusahaan) atas efek yang ditimbulkan dari keputusan organisasi, sehingga organisasi wajib ikut serta dalam pembangunan berkelanjutan demi tercapainya kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan kualitas kehidupan.

Menurut Mardikanto dalam Rukmana, dkk, *corporate social responsibility* yaitu strategi bisnis yang oleh perusahaan lakukan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnisnya. Perseroan atau perusahaan bertanggungjawab tidak hanya pada kondisi keuangan internal perusahaan saja (*profit*), tetapi memiliki tanggungjawab juga dalam kontribusi yang positif terhadap manusia (*people*) serta berperan untuk menjaga kondisi lingkungan (*planet*). Konsep ini biasa disebut dengan *Tripple Bottom Line*.¹¹ Di Indonesia sendiri *Corporate Social Responsibility* sudah diatur yaitu dalam UU Perseroan Terbatas Tahun 2007 Nomor 40 ayat 1 pasal 74 yang menyatakan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan.”¹²

b. Manfaat CSR

Menurut Nor Hadi dalam Mudan dan Retnani, CSR memiliki prinsip-prinsip dalam pelaksanaannya diantaranya: (1) *Sustainability*, ialah peran perusahaan dalam memperhitungkan keberlanjutan sumber daya pada masa depan akibat aktivitas operasional perusahaan. Keberlanjutan mengajarkan

¹⁰ Hillary Sumilat dan Nicken Destriana, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility,” 130.

¹¹ Entin Rukmana, Edduar Hendri, dan Rismansyah, “Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia,” 4.

¹² Permenkumham RI, “40 tahun 2007, Perseroan Terbatas,” (16 Agustus 2007).

bagaimana pemakaian sumber daya saat ini tetap harus memperhatikan kemampuan generasi masa depan; (2) *Accountability*, ialah bentuk keterbukaan dan tanggung jawab perusahaan atas *action* yang dilakukan, apalagi ketika kegiatan perusahaan dipengaruhi dan mempengaruhi lingkungan eksternal. Perusahaan juga dapat membangun citra dan jaringan terhadap para pemangku kepentingan melalui akuntabilitas; (3) *Transparency*, berkaitan dengan *reporting* akan kegiatan perusahaan serta efek yang dihasilkan pada pihak *external*. Transparansi ialah prinsip yang penting terutama bagi pihak luar.¹³

c. CSR dalam perspektif Islam

Corporate Social Responsibility bisa dimaknai sebagai tanggung jawab moral perseroan kepada para pemangku kepentingan, terlebih pada masyarakat disekitar perusahaan beroperasi. Dalam sudut pandang CSR, keberhasilan suatu perusahaan adalah dengan perusahaan mengendepankan prinsip moral dan etis, memperoleh hasil yang maksimal tanpa merugikan pihak masyarakat lain.¹⁴ Perilaku etis dan bermoral dalam pelaksanaan program sosial CSR terhadap para pemangku kepentingan juga diatur di dalam Islam.

1) kelestarian lingkungan sekitar operasional perusahaan. Allah swt. berfirman dalam QS. Al-A'raf ayat 56

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْرِ لِحْثًا وَأَدْعُوهُ خَوْفًا
وَوَطْمَعًا ۚ إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya : ”Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdo’alah

¹³ Khanifatul Mach Mudah dan Endang Dwi Retnani, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Sales Growth* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*,” *Jurnal Ilmu dan Riset Auntansi* 9, no. 2 (2019): 4-5.

¹⁴ Ngabey Ryvandhi Ikko Wahyutama, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan *Media Exposure* Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*,” *Artikel Ilmiah Mahasiswa*, Universitas Jember, 2.

kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya Rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.”

2) Kesejahteraan sosial (menghapus kemiskinan)

مَّا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِ ۖ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ ۚ فَلِللَّهِ وَلِلرَّسُولِ
 وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ ۚ كُنِيَ لَهَا
 يَكُونُ ذُوهُ ۚ بَيْنَ الْأَعْيَانِ ۚ وَمَا ۖ أَحْسَنُكُمْ الرَّسُولُ
 فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ
 الْعِقَابِ

Artinya: “ Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan untuk orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah dia. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya, Allah sangat keras hukuman-Nya.”(Q.S. Al-Hasyr: 7).¹⁵

3. Corporate Social Responsibility Disclosure

Sembiring dalam Agustami dan Hidayat menerangkan bahwasanya CSR Disclosure yakni sebuah cara pengkomunikasian perusahaan kepada kelompok

¹⁵ Kementerian Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: yayasan penyelenggara penterjemah Al Qur'an, 1978)

tertentu yang memiliki kepentingan serta kepada masyarakat secara luas atas dampak dari kegiatan ekonomi organisasi (perusahaan) terhadap kemasyarakatan dan lingkungan.¹⁶ Pada dasarnya *corporate social responsibility disclosure* adalah laporan terkait pelaksanaan program CSR oleh perusahaan berkaitan dengan problematika terkait lingkungan dan sosial. Pengungkapan tanggung jawab mengenai sosial dan lingkungan dapat dilihat dalam *annual report* yang diterbitkan oleh perusahaan yang isinya memuat hal terkait laporan pertanggung- jawaban sosial oleh perusahaan selama kurun waktu satu tahun.¹⁷ Hal tersebut menjadikan tanggung jawab organisasi (perusahaan) menjadi luas. Perusahaan yang dahulunya hanya menjalani peran tradisionalnya, dalam hal ini menyusun dan menyampaikan laporan keuangan pada pemilik modal khususnya pemegang saham, kini perusahaan juga disarankan untuk melaporkan kegiatan sosial dan lingkungannya.¹⁸

Di Indonesia sendiri, sudah ada peraturan yang memayungi terkait pelaporan serta pengungkapan tanggung jawab akan sosial (*Corporate Social Responsibility Disclosure*). Pengungkapan akan tanggung jawab perusahaan terhadap sosial diatur dalam PSAK (Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan) No 1 Tahun (Revisi 2009) paragraf 12, pada intinya menyarakan suatu entitas perusahaan untuk menyampaikan laporan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan tersebut menyatakan :

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup

¹⁶ Silviana Agustami dan Syarif Hidayat, “Pengaruh Profitabilitas dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial,” 755.

¹⁷ Irine Fauziah dan Nur fadjrih Asyik, “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*,” 4.

¹⁸ Lidya Purnamasari dan Siti Masyithoh, “Pengaruh Size, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*,” 81.

memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.”

Pada penelitian ini, pengukuran pada pengungkapan *corporate social responsibility* didasarkan pada indikator GRI. GRI atau *Global Reporting Initiative* adalah suatu badan yang mendistribusikan aturan bagi organisasi (perusahaan) mengenai pengungkapan data informasi tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan.¹⁹ Fenomena CSR yang semakin berkembang, tentunya menjadikan GRI mulai mengubah dan meningkatkan perbaikan sesuai kondisi krisis lingkungan dan sosial, sehingga mengeluarkan versi terbaru untuk menyempurnakan versi sebelumnya yaitu GRI versi 4.0 atau biasa disebut GRI G4. Dalam GRI G4 memiliki tiga (3) indikator kategori utama, antara lain: kategori *economy*, kategori lingkungan, dan kategori sosial. Kategori *social* akan terbagi atas beberapa sub kategori, yaitu praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, sub kategori hak asasi manusia, sub kategori masyarakat, dan sub kategori tanggungjawab atas produk. Masing-masing dari kategori dan sub kategori akan dijabarkan dengan masing-masing indikator, sehingga menghasilkan 91 item indikator pengungkapan terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan.

CSR *Disclosure* dihitung menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) berdasarkan GRI G4. Checklist data digunakan dalam penelitian ini, dengan memberikan skor 1 pada setiap item informasi CSR yang diungkapkan, dan skor 0 untuk item yang tidak diungkapkan.²⁰ Berikut penjelasan mengenai 91 indikator Pengungkapan CSR berdasarkan GRI G4.

¹⁹ Lidya Purnamasari dan Siti Masyithoh, “Pengaruh Size, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Disclosure*,” 81.

²⁰ Rheza Dwi Respati dan Paulus Basuki Hadiprajitno, “Analisis Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*,” 4.

**Tabel 2.1 Pengungkapan CSR menurut
Global Reporting Initiative (GRI) G4**

Category	Aspek	Kode	Indikator
Economy	<i>Economy performance</i>	EC1	Nilai <i>economy</i> diperoleh secara langsung
		EC2	<i>Implication</i> finansial, risiko dan peluang
		EC3	Jangkauan komitmen organisasi pada program
		EC4	Bantuan pendanaan yang didapat perusahaan
	Keberadaan <i>market</i>	EC5	Upah standar karyawan yang baru dibandingkan dengan upah minimum setempat
		EC6	Perbandingan <i>management</i> senior yang dipekerjakan dari masyarakat setempat yang signifikan
	Efek <i>economy</i> tidak langsung	EC7	Pembangunan yang dilakukan serta efek dari jasa dan investasi infrastruktur yang diberikan
		EC8	Efek <i>economy</i> tidak langsung yang cukup signifikan
	Praktik <i>supply</i>	EC9	Perbandingan pembelian dari <i>supplier</i> setempat pada lokasi operasional yang signifikan
Lingku- g-an	Bahan	EN1	Penggunaan <i>material</i> didasarkan volume atau berat
		EN2	Presentase pemakaian bahan yang merupakan <i>material</i> daur ulang
	<i>Energy</i>	EN3	Penggunaan <i>energy</i> di

			dalam organisasi
		EN4	Penggunaan energi di luar organisasi
		EN5	<i>Energy Intensity</i>
		EN6	Mengurangi penggunaan <i>energy</i>
	Air	EN7	Pemakaian energi di luar organisasi
		EN8	Jumlah air yang diambil dari berbagai sumber mata air
		EN9	Sumber mata air yang terpengaruhi signifikan atas air yang digunakan
		EN10	Presentase serta jumlah volume air yang didaur ulang serta dipakai ulang.
	Keberagaman hayati	EN11	Lokasi operasional yang berdampingan dengan wilayah yang dilindungi serta wilayah dengan keragaman hayati di luar area yang dilindungi
		EN12	Dampak kegiatan terhadap keberagaman hayati
		EN13	Habitat yang dijaga atau dilindungi serta dipulihkan
		EN14	Jumlah <i>species</i> IUCN serta <i>species</i> yang dipelihara pada wilayah yang terdampak oleh operasi organisasi
	Emisi	EN15	Emisi langsung GRK (Gas Rumah Kaca)
		EN16	Emisi secara tidak langsung GRK

	EN17	Emisi Gas Rumah Kaca lainnya secara tidak langsung
	EN18	<i>Intensity</i> GRK (Gas Rumah Kaca)
	EN19	Upaya mengurangi emisi gas rumah kaca
	EN20	Emisi material yang dapat merusak ozon berdasarkan berat
	EN21	NOX, SOX, serta emisi udara yang lain
Sampah serta limbah	EN22	Jumlah limbah cair yang dibuang menurut kualitas serta pembuangan
	EN23	Akumulasi limbah yang dibedakan menurut metode pembuangan serta jenisnya
	EN24	<i>Amount addition</i> lainnya
	EN25	Presentase limbah yang bahaya serta jalur transportasinya
	EN26	Keanekaragaman hayati yang terkena dampak pembuangan
Produk serta jasa	EN27	Tindakan mengurangi dampak pada lingkungan produk dan jasa
	EN28	Barang terjual serta kemasan yang digunakan kembali
<i>Loyalty</i>	EN29	Nilai denda moneter atas penyelewengan pada UU serta peraturan terkaitlingkungan
Pengangkutan	EN30	Dampak lingkungan atas pengangkutan material produksi organisasi

	Lain-lain	EN31	Jumlah investasi perlindungan terhadap lingkungan
	Asesmen lingkungan bagi pemasok	EN32	Jumlah prosentase seleksi <i>supplier</i> baru berdasarkan syarat <i>environment</i>
		EN33	Dampak negatif dalam lingkup rantai pemasok serta tindakan yang akan dilakukan
	Pelaporan masalah lingkungan	EN34	Total aduan yang disampaikan terkait dampak lingkungan, dan diproses lebih lanjut melalui langkah-langkah pengaduan secara resmi.
Social			
Sub <i>category</i> ketenagakerjaan dan kenyamanan kerja	Kepegawaian	LA1	Tingkat perekrutan dan <i>turnover</i> pegawai
		LA2	Tunjangan bagi pegawai tetap dan kontrak
		LA3	Tingkat pekerja yang kembali sehabis mengambil cuti <i>give birth</i>
	<i>Industry relationship</i>	LA4	Penyampain informasi perihal operasional yang berubah
	keselamatan serta kesehatan kerja	LA5	Presentase komite formal yang mewakili karyawan untuk mengevaluasi program K3
		LA6	Jumlah kecelakaan dan kematian kerja
		LA7	Karyawan yang memiliki risiko terdampak penyakit sehubungan dengan pekerjaannya

		LA8	Bahasan keselamatan serta kesehatan yang termuat dalam surat perjanjian serikat pekerja
	Pendidikan serta pelatihan	LA9	Rata-rata jam pelatihan karyawan per tahun
		LA10	Program pelatihan pekerja
		LA11	Presentase pekerja yang mendapat evaluasi dan pengembangan karir
	Keberagaman serta kesetaraan peluang	LA12	Komposisi pembagian karyawan dengan keberagaman, menurut gender, usia, dan indikator lainnya
	Kesamaan remunerasi sesuai gender	LA13	Besaran remunerasi serta gaji pokok untuk pria dan wanita
	Asesmen <i>supplier</i> mengenai praktik ketenagakerjaan	LA14	Proesentase pemilihan <i>supplier</i> baru berdasarkan kategori ketenagakerjaan
		LA15	Efek negatif terhadap praktik ketenagakerjaan di dalam lingkup <i>supplier</i> dan langkah yang diambil
		LA16	Jumlah aduan mengenai dampak praktik ketenagakerjaan dan penyelesaiannya lewat pengaduan formal
Sub <i>category</i> HAM (Hak Asasi Manusia)	<i>Investment</i>	HR1	Penyertaan terkait klausul HAM dalam kontrak perjanjian penanaman
		HR2	Durasi pengembangan karyawan mengenai

			HAM
	Non <i>discrimination</i>	HR3	Kejadian diskriminasi serta tindakan lebih lanjut
	Kebebasan berserikat serta perjanjian kerja	HR4	Kebebasan hak berserikat dan perjanjian kerja
	Tenaga kerja anak	HR5	Penghapusan <i>exploitation</i> tenaga kerja anak
	Tenaga kerja paksa	HR6	Penghapusan segala bentuk kerja paksa
	Keamanan	HR7	Pelatihan petugas keamanan tentang prosedur hak asasi pada manusia
	Hak Adat	HR8	Kasus pelanggaran dan tindak lanjut menyertakan hak tradisi atau adat
	Asesmen (penilaian)	HR9	Evaluasi dampak hak asasi manusia di tempat operasi
	Penilaian pemasok sesuai HAM	HR10	Pemilihan supplier terbaru berdasarkan standar hak asasi manusia
		HR11	Efek negatif serta tindakan yang diambil terkait HAM dalam lingkup pemasok
	Tata cara pengaduan kasus HAM	HR12	Jumlah pengaduan dan penyelesaian terkait kasus hak asasi manusia
Sub kategori masyarakat	Masyarakat setempat	SO1	Program kemasyarakatan di wilayah sekitar operasional

kat		SO2	Dampak positif dan negatif dari setiap operasi bagi masyarakat setempat
	Anti- <i>corruption</i>	SO3	Total kejadian yang teridentifikasi mengandung muatan korupsi
		SO4	Pelatihan mengenai prosedur anti korupsi
		SO5	Kasus korupsi dan penanganan
	Kebijakan publik	SO6	Kontribusi terhadap politik
	Anti kompetisi	SO7	Tindakan hukum mengenai anti kompetisi
	Kepatuhan	SO8	Jumlah denda dan sanksi yang didapat akibat melanggar hukum dan peraturan
	Penilaian pemasok atas dampak pada masyarakat	SO9	Pemilihan pemasok baru berdasarkan kriteria dampak pada masyarakat
		SO10	<i>Impact</i> negatif serta positif bagi masyarakat dalam lingkup pemasok dan aksi yang dilakukan
	Mekanisme mengenai keluhan pada masyarakat	SO11	Mekanisme penyelesaian keluhan mengenai <i>impact</i> terhadap warga masyarakat sekitar
	Sub <i>category</i> tanggung jawab <i>product</i>	Keselamatan dan kesehatan konsumen	PR1
PR2			Kasus kelalaian terhadap peraturan mengenai informasi produk

Pemberian label barang	PR3	<i>Information</i> terkait jasa dan produk
	PR4	Insiden pelanggaran terhadap peraturan informasi produk
	PR5	Hasil survei terkait kepuasan konsumen
Komunikasi <i>marketing</i>	PR6	Penjualan barang terlarang
	PR7	Kasus ketidakpatuhan pada aturan yang berkaitan dengan komunikasi <i>marketing</i>
Privasi pelanggan	PR8	Jumlah kasus mengenai ketidakpatuhan pada privasi pelanggan
Kepatuhan	PR9	Denda atas ketidakpatuhan pada peraturan penyediaan produk dan jasa

Sumber : *Global Reporting Initiative*

4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*firm size*) ialah *variable* yang kerap kali dipakai guna mendeskripsikan perbedaan luas tidaknya informasi yang dituangkan pada laporan perusahaan tahunan.²¹ Menurut Dewi dan Priyadi dalam Sparta, normalnya perusahaan yang besar akan memaparkan informasi terkait perusahaannya dengan lebih luas, dibanding perusahaan dengan *size* kecil. Karena perusahaan yang relatif besar akan menimbulkan risiko kerusakan pada lingkungan dan sosial yang besar pula dikarenakan proses aktivitas yang dilakukan oleh

²¹ Adelheit Advelia Sijum dan Any Rustia, "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan *Corporate Governance* Terhadap *Corporate Social Responsibility* (Studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2019)," *Jurnal Akuntansi dan Pajak* 1, no. 1 (2021): 64.

perusahaan.²² Ukuran perusahaan menurut Yurika dan Viriany adalah skala yang dapat mendeskripsikan besar kecilnya suatu korporasi.²³ Untuk mengetahui besar atau kecil ukuran pada perusahaan dapat dilihat melalui jumlah asset perusahaan, penjualan, serta kapitalisasi pasar. Total aktiva dapat diketahui melalui neraca tahunan, penjualan dapat diketahui berdasarkan *income statement* tahunan, serta kapitalisasi pasar diperoleh melalui harga saham akhir periode dikalikan dengan jumlah saham perusahaan yang beredar.²⁴ Jadi, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan ialah skala yang mengukur besar atau kecil suatu perusahaan berdasarkan jumlah aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar, yang dapat mempengaruhi luasnya penyampaian informasi terkait perusahaan.

Perusahaan yang besar tentunya mampu menarik minat para investor dan memantik perhatian dari masyarakat umum. Selain itu, perusahaan dengan skala yang besar tentunya mempunyai beban tanggung jawab yang besar pula baik pada investor maupun kepada lingkungan dan sosial.²⁵ Dikaitkan dengan *stakeholder theory* bahwasanya ukuran suatu perusahaan yang semakin besar, menandakan semakin banyak pemangku kepentingan yang akan terlibat di dalamnya. Tentunya perusahaan diharuskan untuk menjalin hubungan yang selaras dengan para *stakeholder* untuk keberlangsungan perusahaannya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara melakukan pelaporan serta pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *corporate*

²² Sparta dan Desak Kadek Rheadanti, "Pengaruh *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*," 15.

²³ Yurika dan Viriany, "Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR," *Jurnal Multiparadigma Akuntansi* 1, no. 3 (2019): 705.

²⁴ Entin Rukmana, Edduar Hendri, dan Rismansyah, "Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia," 3.

²⁵ Entin Rukmana, Edduar Hendri, dan Rismansyah, "Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia," 3.

social responsibility disclosure secara luas.²⁶ Ukuran perusahaan (*size*) dalam penelitian ini, diukur menggunakan jumlah aset perusahaan. Karena, total asset cenderung lebih stabil, sehingga dapat dijadikan indikator ukuran suatu perusahaan.²⁷

5. Umur Perusahaan

Umur perusahaan (*firm age*) menggambarkan lamanya perusahaan didirikan serta eksis menjalankan usahanya. *Firm* yang sudah lama beroperasi, diyakini akan mengungkapkan informasi terkait perusahaannya dengan lebih luas dan lengkap. Sehingga akan memudahkan khalayak umum untuk dapat memperoleh informasi terkait perusahaan tersebut.²⁸ Menurut Sunaryo dan Mahfud dalam Oviliana dkk, *firm age* menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan usaha atau bisnisnya, dengan tetap berjuang melewati segala kesulitan dan hambatan yang dapat menghambat proses berkembang usahanya. *Firm age* juga dapat menunjukkan keberhasilan suatu perusahaan karena perusahaan mampu untuk melihat dan mengambil peluang yang hadir dalam lingkup usahanya sehingga, menjadikan perusahaan semakin berkembang dan tumbuh secara keberlanjutan.²⁹

Perusahaan yang sudah lama berdiri (tua), pastinya mempunyai lebih banyak pengalaman akan perjalanan dalam mengembangkan bisnisnya serta memiliki pengetahuan yang lebih akan kebutuhan rekan kerjanya atas informasi yang berkaitan dengan perusahaan dibanding

²⁶ Rina Dewi Oviliana, Satria Yudhia Wijaya, dan Subur, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR," 1190.

²⁷ Entin Rukmana, Edduar Hendri, dan Rismansyah, "Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia," 3.

²⁸ Devi andrayani, "Pengaruh Profitabilitas, Umur Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) Disclosure," (Artikel Ilmiah STIE Perbanas, 2016), 2.

²⁹ Rina Dewi Oviliana, Satria Yudhia Wijaya, dan Subur, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR," 1191.

industri atau perusahaan yang baru berdiri. Hal ini dikarenakan perusahaan yang tua tentunya memiliki jam kerja yang cukup tinggi, sehingga akan memberikan pengalaman tersendiri bagi perusahaan. Semakin lama perusahaan berdiri dan berkiprah dalam dunia bisnis secara tidak langsung dapat menunjukkan kinerja suatu perusahaan. Umur perusahaan diproksikan saat perusahaan melakukan pencatatan di BEI. Karena pada saat perusahaan melakukan pencatatan di Bursa Efek Indonesia, perusahaan mulai mempublikasikan laporan mengenai perusahaan, sehingga masyarakat akan mengetahui tentang perusahaan tersebut. Pengukuran umur perusahaan dihitung sejak perusahaan tersebut melakukan pencatatan pada BEI (Bursa Efek Indonesia) sampai tahun penelitian.³⁰

6. Profitabilitas

Profitabilitas adalah ukuran yang dapat menilai kapabilitas suatu perusahaan untuk memperoleh atau mendatangkan laba pada satu kurun waktu tertentu.³¹ *Ratio* profitabilitas digunakan untuk mengetahui gambaran mengenai efektivitas manajemen perusahaan yang didasarkan pada hasil pengembalian yang didapatkan. Pengembalian tersebut dapat berupa hasil dari penjualan atau pendapatan investasi.³²

Menurut Hackston dan Milne mendefinisikan bahwa profitabilitas adalah unsur yang bisa mengantarkan kebebasan dan keleluasaan terhadap manajemen dalam mengungkapkan laporan mengenai pertanggung-jawaban

³⁰ Aulia Rizki Arjanggie dan Zulaikha, “Pengaruh Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia,” 4.

³¹ Irine Fauziah dan Nur Fadrijh Asyik, “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*,” 4.

³² Entin Rukmana, Edduar Hendri, dan Rismansyah, “Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia,” 3.

akan sosial perusahaannya kepada pemegang saham. Dalam mengukur kondisi perusahaan, profitabilitas menjadi salah satu dasar yang dapat digunakan. Tentunya dibutuhkan instrumen analisis untuk dapat menilainya yaitu dengan rasio keuangan. Van Horne dan Machowics membagi jenis rasio profitabilitas ke dalam dua bentuk yaitu, rasio yang menggambarkan profitabilitas sehubungan dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas sehubungan dengan investasi. Profitabilitas sehubungan dengan penjualan terdiri atas margin laba kotor (*gross profit margin*) dan margin laba bersih (*net profit margin*). Sedangkan profitabilitas yang berkaitan dengan investasi terdiri atas tingkat pengembalian atas aktiva (ROA) dan tingkat pengembalian atas ekuitas (ROE).³³

ROA (*Return On Asset*) dijadikan sebagai alat untuk mengukur profitabilitas perusahaan, pada penelitian ini. ROA mendefinisikan kapabilitas yang dimiliki oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan berdasarkan total aktiva yang perusahaan miliki. Rasio ROA yang menunjukkan peningkatan, menunjukkan keberhasilan manajemen perusahaan dalam mendapatkan laba berdasarkan aktiva perusahaan semakin baik. Dengan kepemilikan laba yang cukup memadai, menjadikan perusahaan dapat lebih berkontribusi dalam pengembangan sosial dan menjaga lingkungan dalam bentuk *Corporate Social Responsibility*. ROA dihitung dengan cara membandingkan laba bersih sesudah pajak dengan keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan.³⁴

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang sudah dilakukan terkait beberapa faktor yang terduga mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berikut penelitian terdahulu yang berkaitan dengan dengan penelitian ini.

³³Sparta dan Desak Kadek, "Pengaruh *Media Exposure*," 15.

³⁴Rafika Angraini Putri dan Yulius Jogi Christiawan, "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* , 63.

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama (tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Kesimpulan
1.	Tampubolon dan Siregar, 2019	Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Pada Perusahaan Manufaktur 2014-2018) ³⁵	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR).	Persamaan : meneliti variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Perbedaan : Terdapat perbedaan yaitu pada perusahaan pertambangan periode 2016-2020. Serta tambahan variabel independen yaitu umur perusahaan
2.	Kurnia-wan dan Yuniarta, 2020	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan <i>Risk Minimization</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social</i>	Profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas, dan <i>risk minimization</i> tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR.	Persamaan : meneliti variabel independen yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan. Perbedaan : meneliti umur perusahaan pada perusahaan

³⁵ Entherthiman Galvani Tampubolon dan Dina Arfianti Siregar, "Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia."

		<i>Responsibility</i> ³⁶		pertambahan tahun 2016-2020.
3.	Sparta dan Rheadanti, 2019	Pengaruh <i>Media Exposure</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI ³⁷	<i>Media exposure</i> , ukuran dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan <i>leverage</i> , tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.	Persamaan : Penggunaan variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas. Perbedaan : menggunakan variabel umur perusahaan pada pertambahan dengan kurun waktu 2016-2020.
4.	Oviliana, dkk, 2021	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR ³⁸	Ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan, tipe industri tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.	Persamaan : Variabel ukuran perusahaan dan umur perusahaan. Perbedaan : menggunakan variabel profitabilitas pada pertambahan periode 2016-2020.
5.	Arjanggalie dan Zulaikha, 2015	Pengaruh profitabilitas dan umur perusahaan	Agresivitas pajak dan umur perusahaan tidak berpengaruh	Persamaan : meneliti variabel profitabilitas dan umur perusahaan.

³⁶ K.A. Kurniawan dan G.A. Yuniarta, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, *Risk Minimization* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*,"

³⁷ Sparta dan Desak Kadek, "Pengaruh *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*,"

³⁸ Rina Dewi Oviliana, Satria Yudhia Wijaya, dan Subur, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR."

		terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan studi empiris pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ³⁹	terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.	Perbedaan : tambahan variabel ukuran perusahaan pada perusahaan pertambangan periode 2016-2020
6.	Fauziah dan Asyik, 2019	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Pada Perusahaan Manufaktur 2014-2017) ⁴⁰	Variabel profitabilitas, <i>leverage</i> dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan variabel likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.	Persamaan : meneliti variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan Perbedaan : meneliti umur perusahaan pada perusahaan pertambangan pada tahun 2016-2020.

³⁹ Aulia Rizki Arjantie dan Zulaikha, “Pengaruh Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.”

⁴⁰ Irine Fauziah dan Nur Fadrih Asyik, “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.”

7.	Widiastuti, dkk, 2018	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Growth dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015) ⁴¹	Ukuran perusahaan dan tipe industri berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Growth berpengaruh signifikan dan negatif. Sedangkan media exposure tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.	Persamaan : meneliti ukuran perusahaan Perbedaan : meneliti umur perusahaan dan profitabilitas pada perusahaan pertambangan pada periode 2016-2020.
8.	Andrayani, 2016	Pengaruh Profitabilitas, Umur Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) <i>Disclosure</i> ⁴²	Profitabilitas dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap (CSR) <i>Disclosure</i> . Sedangkan tidak terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR.	Persamaan : meneliti profitabilitas, <i>age</i> , dan <i>size</i> terhadap pengungkapan CSR. Perbedaan : penelitian dilakukan pada perusahaan pertambangan dan tahun penelitian

⁴¹ Harjanti Widiastuti, Evy Rahman Utami, dan Ridi Handoko, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Growth, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan,” *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 3, no. 2, (2018): 107.

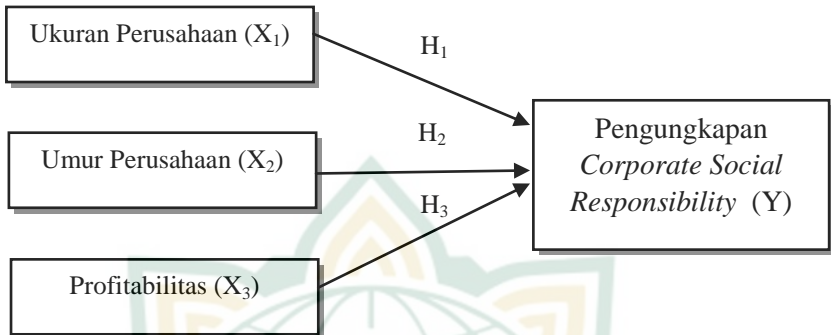
⁴² Devi Andrayani, “Pengaruh Profitabilitas, Umur Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Disclosure*,” 7.

				2016-2020.
9.	Hasibuan, dkk (2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Growth</i> , dan <i>Media Exposure</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> ⁴³	<i>Growth</i> dan <i>Media Exposure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan, <i>firm size</i> tidak berpengaruh.	Persamaan : meneliti pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Perbedaan : meneliti profitabilitas serta <i>age</i> pada perusahaan pertambangan periode 2016-2020.

C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan di atas, berikut merupakan kerangka berfikir dalam penelitian ini untuk menggambarkan hubungan antara variabel bebas yaitu ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan profitabilitas terhadap variabel terikat yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Adapun kerangka berfikir penelitian ini yaitu seperti pada gambar di bawah ini:

⁴³ Nur Sadiyah Hasibuan, Fitriasia, dan Mulyaning Wulan, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Growth*, dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*," *STATERA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 11, no. 2, (2020): 167.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**D. Hipotesis****1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Firm size atau ukuran suatu industri yakni suatu ukuran yang dapat mengindikasikan perbedaan kecil besarnya suatu entitas perusahaan. Kriteria besar kecilnya entitas bisa diketahui berdasarkan penjualan, total aktiva, serta kapitalisasi pasar.⁴⁴ Totas aset dijadikan proksi dalam mengukur ukuran suatu perusahaan, karena dinilai lebih stabil. Ukuran perusahaan yaitu sebuah *variable* yang dapat menjelaskan perbedaan luasnya pengungkapan data informasi pada laporan tahunan suatu perseroan.

Umumnya perusahaan yang besar akan menyediakan pengungkapan keterangan mengenai data sosial dan lingkungan lebih lengkap dibanding perusahaan skala kecil.⁴⁵ Karena tekanan yang diperoleh oleh perusahaan yang berasal dari pemegang saham untuk memperhatikan kegiatan sosialnya. Hal ini disebabkan aktivitas operasi oleh perusahaan yang besar lebih banyak sehingga dampak yang dihasilkan pun akan lebih sama

⁴⁴ Entin Rukmana, Edduar Hendri, dan Rismansyah, "Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia," 3.

⁴⁵ Hillary Sumilat dan Nicken Destriana, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*," 133.

besarnya bagi alam sekitar dan warga setempat. Maka dari itu, perseroan akan memperluas informasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya. Selain itu, perusahaan yang besar lebih banyak mendapatkan sorotan baik dari pihak investor maupun dari pihak masyarakat, sehingga perusahaan akan memaksimalkan program CSR dan memperluas informasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya untuk menjaga nama baik perusahaan.⁴⁶ Menurut *stakeholder theory*, ukuran suatu entitas perusahaan yang semakin besar, maka semakin besar pula *stakeholder* yang ikut terlibat di dalamnya. Oleh sebab itu, perusahaan harus mampu menjalin dan menjaga keselarasan hubungan dengan *stakeholder* dengan cara meningkatkan program CSR dan memperluas informasi terkait pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Beberapa penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Oviliana dkk., pada industri non-keuangan⁴⁷ serta Tampubolon dan Siregar⁴⁸ pada perusahaan manufaktur, berhasil menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan pemaparan di atas, dihasilkan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2. Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Umur perusahaan (*age*) ialah lamanya perusahaan berdiri serta eksis dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Umur perusahaan dapat dihubungkan dengan kinerja

⁴⁶ Ni Nyoman Desi Antari dan Ni Gusti Putu Wirawati, "Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial." *E-Jurnal Akuntansi* 30, no. 11 (2020): 2815

⁴⁷ Rina Dewi Oviliana, Satria Yudhia Wijaya, dan Subur, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR," 1195.

⁴⁸ Entherthiman Galvani Tampubolon dan Dina Arfianti Siregar, "Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia," 227.

perusahaan, umur perusahaan mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam mencari peluang untuk mengembangkan bisnis dilingkungannya dan mengatasi hambatan untuk mempertahankan keberlangsungan kegiatan usahanya.

Perusahaan beroperasi tidak hanya untuk memenuhi kebutuhannya sendiri, tetapi harus memperhatikan keinginan para pemangku kepentingan sejalan dengan teori *stakeholder*. Entitas perusahaan industri yang sudah berdiri sejak lama tentu memiliki banyak pengalaman dan pengetahuan tentang keinginan para pemangku kepentingan-nya atas informasi terkait perusahaan. Perusahaan yang dewasa (telah lama berdiri) akan memiliki kesadaran tersendiri untuk memperluas pengungkapan informasi mengenai perusahaannya, termasuk informasi mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengungkapan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan secara luas, ditujukan untuk dapat memenuhi keinginan para *stakeholder* dan mendapatkan kepercayaan pihak *shareholder* sehingga perusahaan mampu mempertahankan perusahaannya di tengah kondisi ketatnya kompetisi bisnis saat ini.⁴⁹ Perusahaan yang sudah lama beroperasi normalnya mampu menghasilkan informasi CSR yang luas, karena perusahaan memiliki kemampuan dan pengalaman dalam mengelola informasi terkait perusahaannya.⁵⁰ Hal ini menunjukkan bahwa semakin tua umur perusahaan maka semakin luas pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* yang dilakukan perusahaan.

Sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan, penelitian yang dilakukan oleh Olivanda, menyatakan umur perusahaan berpengaruh signifikan

⁴⁹ Ai Desy Indriyani dan Willy Sri Yuliandhari, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility," *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi*, 6 no 1, (2020): 1563.

⁵⁰ Ratih Utami Dewi dan Muhamad Muslih, "Influence Of Firm Size, Board Of Commisioners, Firm Age To Corporate Social Responsibility Disclosure," *Kajian Akuntansi*, 19, no. 2, (2018): 214.

terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*.⁵¹ Selain itu penelitian yang sudah dilakukan oleh Andrayani menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate sosial responsibility*.⁵² Berdasarkan pemaparan di atas, dihasilkan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*.

3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*

Rasio profitabilitas bertujuan melihat sejauh mana efektifitas pengelolaan perusahaan, didasarkan pada hasil imbalan atas penjualan maupun investasi. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan baik yang berasal dari kegiatan operasional maupun non operasional.⁵³ Ada beberapa jenis rasio profitabilitas yang kerap kali dijadikan sebagai acuan dalam mengukur kemampuan manajemen perusahaan, dalam penelitian ini profitabilitas diproyeksikan dengan ROA (*Return On Asset*).⁵⁴ Perusahaan dapat dikatakan baik apabila perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan keberhasilan industri dalam menghasilkan laba, sehingga akan meningkatkan profit perusahaan, yang secara tidak langsung akan memudahkan perusahaan dalam melakukan *corporate sosial responsibility disclosure*.

Profitabilitas menjadi salah satu faktor yang menjadikan manajemen lebih leluasa dalam hal pengungkapan pertanggungjawaban social kepada para pemangku kepentingan. Sehingga

⁵¹ Rina Dewi Oviliana, Satria Yudhia Wijaya, dan Subur, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR," 1190-1196.

⁵² Devi Andrayani, "Pengaruh Profitabilitas, Umur Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) *Disclosure*," 8.

⁵³ Irine Fauziah dan Nur Fadrih Asyik, "Pengaruh Profitabilitas," 4.

⁵⁴ Aulia Rizki Arjannie dan Zulaikha, "Pengaruh Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan," 3.

tingginya tingkat *profitability* perusahaan menjadikan tinggi pula *corporate social responsibility disclosure*. Dikaitkan dengan teori *stakeholder*, pengungkapan tanggung jawab sosial dilaksanakan guna menyeimbangkan konflik antar pemangku kepentingan. Melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang transparan menjadikan para *stakeholder* mengetahui sejauh mana perusahaan menjalankan peranannya sesuai dengan kemauan *stakeholder* serta pemangku kepentingan dapat memberikan evaluasi terkait program tanggung jawab sosial dengan memberikan saran yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan.⁵⁵

Beberapa penelitian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa adanya pengaruh antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Arjanggi dan Zulaikha⁵⁶ serta Sparta dan Rheadanti.⁵⁷ Berdasarkan pemaparan di atas, dihasilkan hipotesis sebagai berikut :

H₃ : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*.

⁵⁵ Rafika Anggraini Putri dan Yulius Jogi Christiawan, "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*," 64.

⁵⁶ Aulia Rizki Arjanggie dan Zulaikha, "Pengaruh Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan," 7.

⁵⁷ Sparta dan Desak Kadek, "Pengaruh *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*," 21.