

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Grand Theory

2.1.1 Teori Signal (*Signalling Theory*)

Teori yang dapat digunakan pada nilai perusahaan *yaitu Signalling Theory*. *Signalling Theory* berarti sinyal yang diberikan oleh manajemen perusahaan kepada investor sebagai petunjuk mengenai prospek perusahaan tersebut (Brigham dan Houston, 2013). Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan atau laporan sosial perusahaan terpisah. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan (Wayan Rustiarini, 2010). Secara sederhana teori ini menjelaskan bahwa semakin luas perusahaan mengungkapkan informasi kegiatan perusahaannya maka semakin mudah para pihak penerima informasi dalam menentukan keputusan dalam hal investasi. Namun teori sinyal juga diartikan sebagai suatu pengumuman yang dipublikasikan agar memberikan sinyal bagi penanam modal untuk mengambil keputusan berinvestasi (Jogiyanto, 2013). Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kualitas baik akan dengan sengaja memberikan sinyal ke pasar, agar pasar dapat membedakan kualitas perusahaan tersebut dengan perusahaan lain (Hartono, 2005). Sinyal dapat berupa

promosi atau informasi lainnya, salah satunya adalah informasi tentang pengungkapan kegiatan CSR, tipe industri dan R&D dengan demikian berharap agar dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR dunia terbagi atas beberapa fase. Untuk fase pertama pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada masyarakat bermula di Amerika Serikat sekitar tahun 1900 atau lebih dikenal sebagai permulaan abad ke-19. Pada waktu itu Amerika sedang dalam pertumbuhan yang begitu pesat, ditandai dengan banyaknya perusahaan-perusahaan raksasa yang muncul dan hidup berdampingan dengan masyarakat. CSR pertama kali muncul dalam diskursus resmi-akademik sejak hadirnya tulisan Howard Bowen, *Social responsibility of the Businessmen* tahun 1953 (Harper and Row, New York). CSR yang dimaksudkan Bowen mengacu pada kewajiban pelaku bisnis untuk membuat dan melaksanakan kewajiban bisnis untuk membuat dan melaksanakan kebijakan, keputusan, dan berbagai tindakan yang harus mengikuti tujuan dan nilai-nilai dalam suatu masyarakat, singkatnya, konsep CSR mengandung makna bahwa perusahaan atau pelaku bisnis umumnya memiliki tanggung jawab yang meliputi tanggung jawab legal, ekonomi, etis, dan lingkungan. Lebih khusus lagi bahwa CSR menekankan aspek hukum, pencegahan penyalahgunaan kekuasaan dan pencaplokan hak milik masyarakat, praktik tenaga kerja yang manusiawi, hak asasi manusia, keamanan

dan kesehatan, perlindungan konsumen, sumbangan sosial, standar-standar pelimpahan kerja dan barang, serta operasi antar Negara. Di Indonesia, istilah CSR dikenal pada tahun 1980-an. Namun semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Sama seperti sejarah munculnya CSR di dunia dimana istilah CSR muncul ketika kegiatan CSR sebenarnya telah terjadi. Namun pada saat itu kegiatan CSR Indonesia dikenal dengan nama CSA (Corporate Social Activity) atau "aktivitas sosial perusahaan". Kegiatan CSA ini dapat dikatakan sama dengan CSR karena konsep dan pola pikir yang digunakan hampir sama. Misalnya, bantuan bencana alam, pembagian tunjangan hari raya (THR), beasiswa dll. melalui konsep investasi sosial perusahaan "seat belt", yang dibangun pada tahun 2000-an. Sejak tahun 2003 departemen sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang selalu aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional. Dalam hal ini departemen sosial merupakan pelaku awal kegiatan CSR di Indonesia. Setelah tahun 2007 tepatnya undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang kewajiban perseroan terbatas keluar, hampir semua perusahaan Indonesia telah melakukan program CSR, meski lagi-lagi kegiatan itu masih berlangsung pada tahap cari popularitas dan keterikatan peraturan pemerintah. Misalnya, masih banyak perusahaan yang jika memberikan bantuan maka sang penerima bantuan harus menempel poster perusahaan ditempatnya sebagai tanda bahwa ia telah menerima bantuan dari perusahaan tersebut. Berikut adalah alasan perusahaan menerapkan CSR yaitu:

1. Golongan pertama, sekedar basa-basi dan keterpaksaan, artinya CSR dipraktekkan lebih karena faktor eksternal (external driven),

faktor sosial (social driven), faktor lingkungan (environmental driven) dan faktor reputasi (reputation driven).

2. Golongan kedua, dilakukan agar sesuai dengan peraturan (compliance). Artinya CSR ini diterapkan karena ada regulasi, undang-undang dan peraturan yang mengaturnya.
3. Golongan yang ketiga adalah golongan dimana CSR sudah dianggap sebagai budaya kerja perusahaan. Artinya pada golongan ini, perusahaan sudah mempunyai mindset bahwa sejalan dengan maksimalisasi profit, kesejahteraan sosial dan lingkungan harus tetap dikembangkan seiring sejalan.

Dalam fase ini CSR sudah tidak lagi dianggap sebagai keterpaksaan akan tetapi merupakan kebutuhan dengan dasar pemikiran bahwa menggantungkan perusahaan pada kesehatan finansial saja tidak akan berlangsung lama jika tidak diimbangi dengan pengembangan sosial dan lingkungan. Dari ketiga dasar perusahaan melakukan CSR diatas golongan yang paling baik adalah golongan ketiga. Namun, masih sangat disayangkan karena pada kenyataannya masih banyak perusahaan yang bertindak pada golongan pertama dan kedua. Banyak dari perusahaan yang melakukan CSR hanya untuk mendapatkan reputasi dan terikat dengan peraturan pemerintah yang memberi kewajiban kepada Perseroan Terbatas untuk membantu kehidupan masyarakat sekitarnya. Kewajiban itu tertuang dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 pasal 27 ayat (1) dimana Undang-Undang ini menegaskan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam,

wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Undang-Undang nomor 40 di atas tidak bermaksud memaksa perusahaan untuk membagikan keuntungannya. Dimana pemerintah hanya mengajak perusahaan untuk memperhatikan dunia sekitarnya. Seperti juga yang terlangsir dalam Pasal 74 UUPT, CSR memiliki defenisi yaitu sebagai komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, karena hal itu juga akan berdampak baik bagi perseroan sendiri. Pasal-pasal lain yang menjadi landasan CSR adalah Pasal 74 ayat (1). UU No 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyatakan bahwa "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan." Undang-Undang No19 Tahun 2003 tentang BUMN. UU ini kemudiaan dijabarkan lebih jauh oleh Peraturan Menteri Negara BUMN No 4 Tahun 2007. Semua Undang-Undang itu meminta tanggung jawab perusahaan.

Lingkungan sekitar perusahaan tentu erat sekali kaitannya dengan bagaimana perusahaan mampu meminimalisir masalah-masalah yang terjadi pada masyarakat akibat aktivitas yang dijalaknnya. Perusahaan yang memahami bahwa tanggung jawab mereka bukan hanya memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat serta menghasilkan produk-produk yang berkualitas dan terjangkau, akan tetapi lebih luas lagi perusahaan dapat memberikan manfaat bagi lingkungan disekitarnya sehingga secara suatu saat nanti perusahaan akan mendapat manfaat atas kepeduliannya terhadap lingkungan. Pemerintah juga telah mengeluarkan aturan bahwa setiap perusahaan

(penanam modal) berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (pasal 74 UU perseroan Terbatas No.40/2007), akan tetapi tidak semua perusahaan mengungkapkan tentang aktivitas sosialnya dilaporan tahunannya. Hal ini karena pengungkapan masih bersifat sukarela. Sebagaimana tertulis dalam pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No 1 (Revisi per 1 juli 2009) paragraph kesembilan:

“perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang dianggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.”

Perusahaan tidak hanya memandang laba sebagai satu-satunya tujuan dari perusahaan tetapi ada tujuan lainnya yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, karena perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas disbanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Grey 1987 dalam Ervina 2017). Rumus perhitungan index lingkungan (CSRI) sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_i}$$

Berikut adalah tabel item pengungkapan CSR dalam perusahaan menurut Siregar (2008):

Tabel 2.1 78 item pengungkapan CSR

No			Katagori
1		1	Pengendalian polusi Kegiatan Operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi
2	Lingkungan	2	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi kebutuhan hukum
3		3	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi telah atau akan dikurangi
4		4	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber daya alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi
5		5	Konservasi sumber daya alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas
6		6	Penggunaan material daur ulang
7		7	menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan
8		8	merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan

9		9	kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
10		10	kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah
11		11	pengolahan limbah
12		12	mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan
13		13	perlindungan lingkungan hidup
14	Energi	1	Menggunakan Energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi
15		2	memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energy
16		3	penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang
17		4	membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energy
18		5	peningkatan efisiensi energi dari produk
19		6	riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk
20		7	kebijakan energi perusahaan
21	Kesehatan dan	1	mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja

22	Keselamatan Tenaga Kerja	2	mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental
23		3	statistik kecelakaan kerja
24		4	mentaati penghargaan standar kesehatan dan keselamatan kerja
25		5	menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja
26		6	menetapkan suatu komite keselamatan kerja
27		7	melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja
28		8	pelayanan kesehatan tenaga kerja
29	Lain-Lain Tentang Tenaga Kerja	1	perekrutan atau pemanfaatan tenaga kerja wanita orang cacat
30		2	persentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat managerial
31		3	tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan
32		4	program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat

33		5	pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja
34		6	memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
35		7	mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja
36		8	bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan
37		9	perencanaan kepemilikan rumah karyawan
38		10	fasilitas untuk aktivitas rekreasi
39		11	presentase gaji untuk pension
40		12	kebijakan penggajian dalam perusahaan
41		13	jumlah tenaga kerja dalam perusahaan
42		14	tingkatan managerial yang ada
43		15	disposisi staff-dimana staff ditempatkan
44		16	jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka
45		17	statistik tenaga kerja, misal: penjualan per tenaga kerja
46		18	kualifikasi tenaga kerja yang direkrut

47		19	rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja
48		20	rencana pembagian keuntungan lain
49		21	informasi hub manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja
50		22	informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan
51		23	laporan tenaga kerja yang terpisah
52		24	hubungan perusahaan sengan serikat buruh
53		25	gangguan dan aksi tenaga kerja
54		26	informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan
55		27	kondisi kerja secara umum
56		28	Reorganisasi perubahan yang memperngaruhi tenaga kerja
57		29	ststistik perputaran tenaga kerja
58	Produk	1	pengembahgan produk perusahaan, termasuk pengemasannya
59		2	gambaran pengeluaran riset dan

			pengembangan produk
60		3	informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk
61		4	produk memenuhi standar keselamatan
62		5	membuat produk lebih aman untuk konsumen
63		6	melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan
64		7	peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk
65		8	informasi atas keselamatan produk perusahaan
66		9	informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
67		10	informasi yang didapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misalnya ISO 9000)
68	Masyarakat	1	sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni
69		2	tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/pelajar

70		3	sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat
71		4	membantu riset medis
72		5	sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pemeran seni
73		6	membiyai program beasiswa
74		7	ada fasilitas perusahaan untuk masyarakat
75		8	sponsor kampanye nasional
76		9	mendukung pengembangan industri local
77	Umum	1	tujuan / kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat
78		2	informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan diatas

Sembiring 2008

2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan adalah karakteristik spesifik perusahaan yang hampir selalu digunakan untuk menguji tingkat pengungkapan sukarela. Berdasarkan penelitian Othman (2009) dan raditya (2012). Menurut Brigham & Houston (2010) Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai

oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Ukuran perusahaan menjelaskan mengenai besar kecilnya suatu perusahaan.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = Ln(\text{Total})$$

2.4 Profitabilitas

Menurut Sartono (2012) Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba baik dalam hubungannya dengan penjualan, asset maupun laba bagi modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen. Menurut Martono dan Agus Harjito (2014) Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari modal yang digunakan untuk menghasilkan data tersebut. Menurut Kasmir (2015) profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasioni menunjukkan efisiensi perusahaan.

Beberapa cara menghitung profitabilitas, antara lain:

- Earning Per Share

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Per Lembar}}$$

- Rasio Pengembalian Aset (Return on Assets)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}}$$

- Rasio Pengembalian Ekuitas

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}}$$

- Margin Laba Kotor

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Total Pendapatan}} \times 100\%$$

- Margin Laba Bersih

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

- Pengembalian Modal yang digunakan

Laba Sebelum Pajak dan
Bunga _____
ROCE =

2.5 Umur Perusahaan

Umur Perusahaan merupakan awal perusahaan beroperasi hingga perusahaan tersebut dapat mempertahankan eksistensinya (*going concern*) dalam dunia bisnis. Semakin lama umur perusahaan maka semakin terlihat pula eksistensi perusahaan, sehingga semakin pula pengungkapan yang dilakukan untuk menciptakan keyakinan pada pihak luar perusahaan dalam kualitas perusahaannya (Nugroho,2012). Umur perusahaan yaitu seberapa lama suatu perusahaan mampu untuk bertahan, bersaing, dan mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian (Syari'i, 2013). Perusahaan yang memiliki umur panjang biasanya sudah menjadi perusahaan besar yang sudah memiliki banyak investor dan mampu bertahan dalam dunia bisnis, sehingga mampu melakukan pengungkapan modal intelektual (Febriani,2015).

Umur Perusahaan = Tahun annual report yang diteliti – Tahun perusahaan awal berdiri
--

2.6 Dewan Direksi

Dewan direksi merupakan pihak dalam suatu entitas perusahaan yang bertugas melakukan melaksanakan operasi dan kepengurusan perusahaan. Anggota dewan direksi diangkat oleh RUPS. Dewan direksi bertanggung jawab penuh atas segala bentuk operasional dan kepengurusan perusahaan dalam rangka melaksanakan kepentingan-kepentingan dalam pencapaian tujuan perusahaan. Dewan direksi juga bertanggung jawab terhadap urusan perusahaan dengan pihak-pihak eksternal seperti pemasok, konsumen, regulator dan pihak legal. Dengan peran yang begitu besar dalam pengelolaan perusahaan ini, direksi pada dasarnya memiliki hak pengendalian yang signifikan dalam pengelolaan sumber daya perusahaan dan dana dari investor.

Jumlah anggota dewan direksi dalam suatu
--

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 penelitian Terdahulu

N o	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian

1	Luciana Spica Almilia, 2008	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sukarela "Internet Financial And Sustainability Reporting"	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Lverage, Struktur Kepemilikan Pihak Luar,	Penelitian Ini Memberikan Bukti Bahwa <i>Size</i> Perusahaan, Profitabilitas Perusahaan Dan Kepemilikan Mayoritas Merupakan Variabel Yang Menentukan Tingkat Pengungkapan Sukarela Perusahaan Yang Ditunjukkan Dengan Peningkatan Indeks Ifsr (<i>Internet Financial And Sustainability Reporting</i>).
2	Aulia Rizki Arjannie Dan Zulaikha. 2015	Pengaruh Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung	Umur Perusahaan Dan Profitabilitas	Secara Simultan, Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab

		Jawab Sosial Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia		Sosial Perusahaan.
3	Diny Andiany, Willy Sri Yuliandar i, Ajusnima r Zutilisna. 2017	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Resonsibility</i>	Ukuran Perusahaan, Profitabilita s, Laverage, Pengungkap an Media	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Pengungkapan Media Tidak Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap CSR. Leverage Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap CSR
4	Dhiya'ul Azizah Aplilliani,	Pengaruh Umur Perusahaan,	Umur Perusahaan, Ukuran	Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan

	2017	Leverage, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Kepemilikan Saham Public Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Perusahaan, Leverage, Kepemilikan Saham Public, Ukuran Dewan Komisaris	Kepemilikan Saham Public Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan CSR Ukuran Dewan Komisaris Berpengaruh Terhadap Pengungkapan CSR
5	Doddy Setiawan, Ratna Tri Hapsari Dan Anas Wibawa, 2018	Dampak Karakteristik Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Pertambangan Di Indonesia	Direktur Asing, Masa Jabatan, Gender, Ukuran Dewan Direksi	Direktur Asing Berpengaruh Negative Terhadap CSR. Gender Berpengaruh Signifikan Terhadap CSR. Ukuran Dewan Direksi Dan Masa Jabatan Berpengaruh Positif Terhadap

				Pengungkapan CSR.
--	--	--	--	-------------------

2.8 Pengembangan Hipotesis

2.8.1 Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar dapat lebih bertahan dari pada perusahaan dengan ukuran lebih kecil, karena semakin besar entitas semakin besar pula sumber daya yang dimiliki entitas tersebut. Dengan semakin besarnya sumber daya yang dimiliki entitas, maka entitas tersebut akan lebih banyak berhubungan dengan stakeholders, sehingga diperlukan tingkat pengungkapan atas aktivitas entitas yang lebih besar, termasuk pengungkapan dalam tanggung jawab sosial. Ukuran perusahaan menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, semakin dikenal masyarakat yang berarti semakin mudah untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan tersebut. Karena perusahaan yang lebih besar cenderung mendapat pengawasan dari masyarakat dibandingkan dengan perusahaan kecil sehingga mengungkapkan lebih banyak informasi Herawati (2015). Besar ukuran suatu perusahaan, maka akan semakin banyak mendapat perhatian dari pasar maupun publik secara umum (Handayati, 2010). Ukuran perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya modal yang digunakan dan total aset yang dimiliki. Pengukuran dalam penelitian ini refleksi dengan penelitian

yang dilakukan oleh Putra (2011) yaitu dilihat dari total aset perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka perusahaan akan dituntut untuk lebih transparansi mengenai kondisi perusahaan. Perusahaan yang lebih besar adalah perusahaan yang memiliki sumberdaya yang lebih banyak dibandingkan perusahaan yang lebih kecil, sehingga memiliki fasilitas, pembiayaan, dan sumberdaya manusia yang lebih banyak untuk dapat melakukan pengungkapan yang lebih sesuai dengan prinsip islam (Othman 2009). Pengungkapan informasi yang lebih besar dimaksudkan agar *stakeholder* mengetahui gambaran mengenai kondisi dan aktivitas operasional pada perusahaan tersebut (Febriani,2015).

2.8.2 Hubungan Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*(CSR)

Perusahaan yang berada pada posisi menguntungkan akan cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas dalam laporan tahunannya. Perusahaan yang memiliki tingkat profit lebih tinggi akan menarik para investor, sehingga upaya perusahaan untuk memberikan informasi yang lebih baik kepada masyarakat serta calon investornya, yaitu dengan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya, sehingga semakin tinggi profitabilitas maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Widiawati, 2012). Perusahaan harus bersedia untuk memberikan pengungkapan

penuh tanpa adanya melihat perusahaan sedang mengalami keuntungan atau tidak. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi memungkinkan pengungkapan yang lebih tinggi ketimbang perusahaan yang memperoleh profitabilitas rendah. Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan beberapa cara, antara lain: ROA, ROE, ROCA, laba per saham, dividen dalam suatu periode, margin keuntungan, tingkat pengembalian, dan lain-lain (Raditya, 2012). Semakin tinggi keuntungan perusahaan berarti semakin banyak produksi yang dilakukan. Produksi yang banyak berarti masyarakat menikmati hasil produksi yang banyak dan beranekaragam, Rama (2016). Maka perusahaan juga harus memperhatikan tingkat kesejahteraan masyarakat di sekitarnya. Dalam beberapa penelitian, terminology profitabilitas bisa disebut dengan kinerja ekonomi (economic performance). Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan beberapa cara, antara lain ROA, ROE, ROCE, Laba per saham, Deviden dalam suatu periode, margin keuntungan, tingkat pengembalian, dan lain-lain.

2.8.3 Hubungan Umur Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*(CSR)

Dalam penelitian ini, Umur Perusahaan dihitung sejak awal perusahaan berdiri. Perusahaan yang sudah lama berdiri, kemungkinan sudah banyak pengalaman yang diperoleh. Semakin lama umur perusahaan, semakin banyak informasi yang telah diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut.

Dan hal ini akan menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan-perusahaan tersebut. Semakin panjang umur perusahaan akan memberikan pengungkapan informasi keuangan yang lebih luas dibanding perusahaan lain yang umurnya lebih pendek dengan alasan perusahaan tersebut memiliki pengalaman lebih dalam pengungkapan laporan tahunan (Wallace, dalam Istanti 2009).

2.8.4 Hubungan Dewan Direksi terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

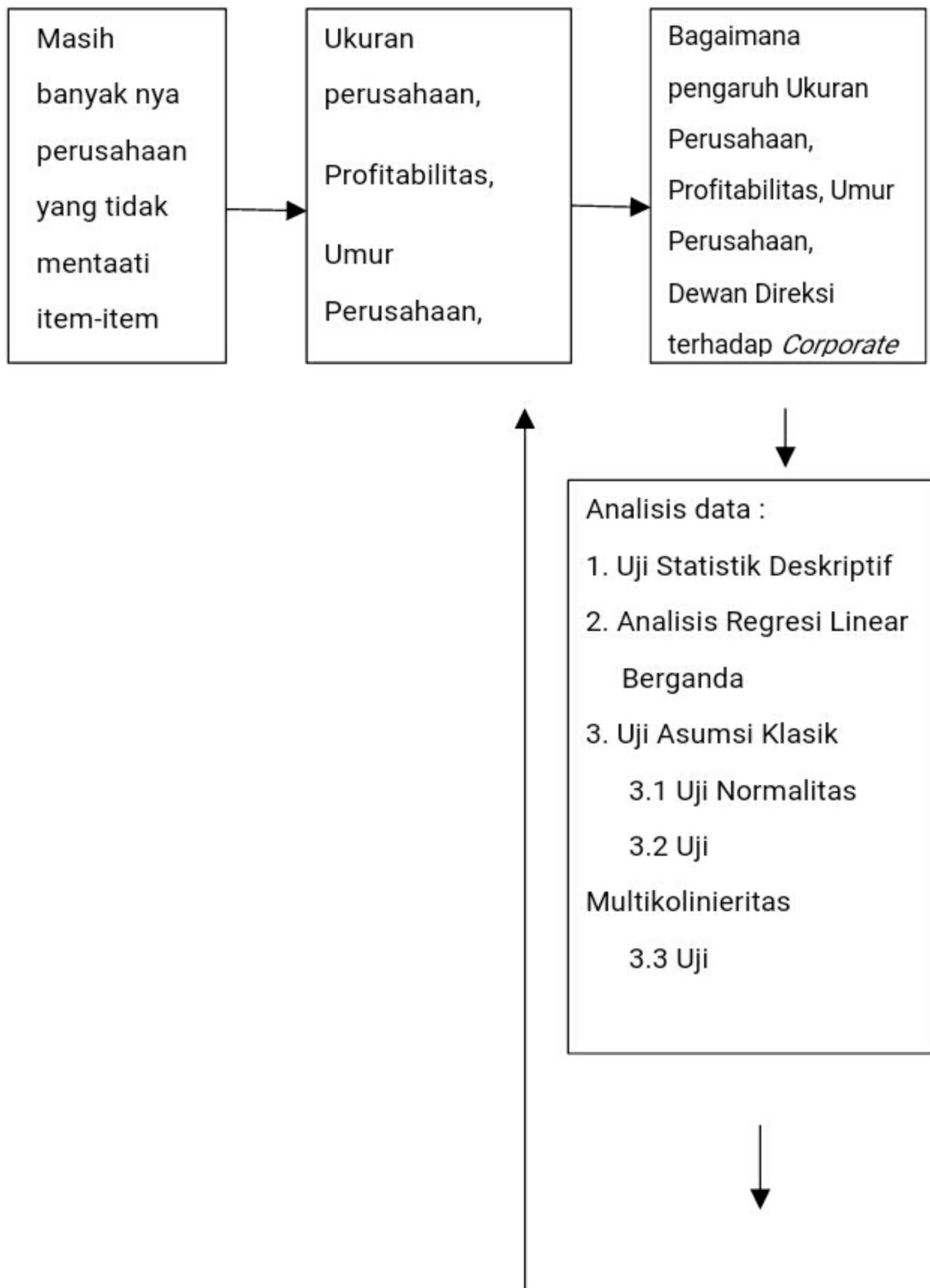
Dewan direksi sebagai elemen tertinggi dari pihak manajemen bertanggung jawab atas perolehan legitimasi dari seluruh pemangku kepentingan. Ukuran dewan direksi mencerminkan mekanisme tata kelola perusahaan karena pengambilan keputusan direksi akan mempertimbangkan pendapat anggota direksi. Semakin besar ukuran dewan direksi, maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Ali dan Atan, 2013; Suryono dan Prastiwi, 2011; Pebriana, 2012). Ukuran Dewan Direksi dan *Corporate Social Responsibility*. Ada dua pendapat mengenai dampak ukuran dewan direksi terhadap kinerja: (1) Ukuran dewan yang besar memberikan dampak positif terhadap kinerja dewan karena keberadaan anggota dewan yang lebih banyak akan memberikan lebih banyak pengalaman dan keahlian, sehingga keputusan dewan direksi lebih baik. (2) Pendapat kedua menyatakan bahwa ukuran dewan direksi yang terlalu

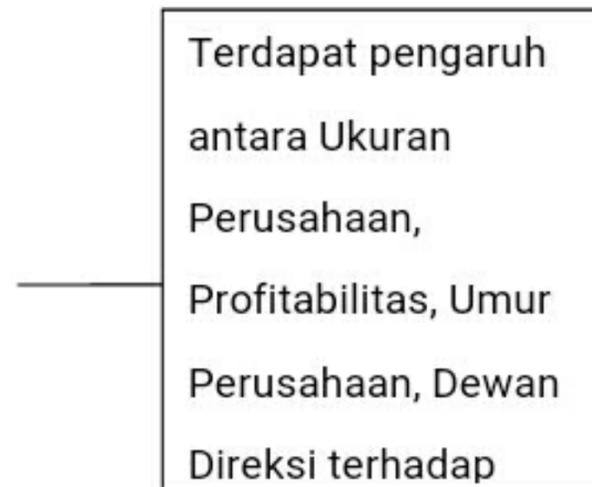
besar kurang bagus bagi perusahaan karena proses pengambilan keputusan menjadi lebih lama dan tidak efektif. Selain itu, lebih banyak *free rider* di dalam dewan. Oleh karena itu, pendapat kedua menyatakan bahwa jumlah anggota dewan yang lebih kecil mempunyai pengaruh yang lebih baik.

2.9 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1 mengilustrasikan kerangka yang akan mendukung dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran ini akan menjelaskan empat faktor perusahaan yang berpengaruh untuk mengungkapkan CSR. Keempat faktor tersebut antara lain Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Umur Perusahaan dan Dewan Direksi yang digunakan perusahaan.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran





2.10 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

1. Diduga Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)
2. Diduga Profitabilitas berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)
3. Diduga Umur perusahaan berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)
4. Diduga Dewan Komisaris berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

