

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, pesatnya perkembangan teknologi dan pembangunan saat ini berdampak pada semakin luasnya aktivitas operasional serta tanggung jawab sosial perusahaan. Pada dasarnya setiap perusahaan yang didirikan pasti memiliki tujuan untuk menghasilkan laba dalam suatu perusahaannya, di mana laba yang diinginkan semakin meningkat dari waktu ke waktu. Perusahaan yang baik tidak hanya menghasilkan laba yang besar, namun perusahaan juga harus berusaha untuk membangun citra yang baik di masyarakat serta memberikan rasa kepedulian terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat dengan perhatian kepada lingkungan atau tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dikarenakan aktivitas kegiatan operasional perusahaan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung terhadap lingkungannya dan didukung oleh kontribusi positif dari masyarakat.

Menurut Shiyamurti (2020) Bursa Efek Indonesia (BEI) atau juga dikenal dengan sebutan *Indonesia Stock Exchange* (IDX) merupakan pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem juga sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli Efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan Efek di antara mereka. Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan bursa hasil penggabungan antara Bursa Efek Jakarta (BEJ) dengan Bursa Efek Surabaya (BES). Demi efektivitas operasional dan transaksi, pemerintah memutuskan untuk menggabung Bursa Efek Jakarta (BEJ) sebagai pasar obligasi menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI). Bursa hasil penggabungan

ini mulai beroperasi pada 1 Desember 2007. Bursa Efek Indonesia (BEI) berkantor pusat di *Indonesia Stock Exchange Building*, 1st Tower Jl. Jendral Sudirman Kav 52-53, Jakarta Selatan 12190, Indonesia. Dahulu terdapat 9 sektor saham di Bursa Efek Indonesia yaitu: sektor pertanian, sektor pertambangan, sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, sektor industri barang konsumsi, sektor properti, sektor infrastruktur, sektor keuangan dan sektor perdagangan. Mulai per tahun 2021 sudah terdapat 12 sektor yaitu sektor energi, sektor barang baku, sektor perindustrian, sektor barang konsumen primer, sektor barang konsumen non primer, sektor kesehatan, sektor keuangan, sektor *properti & real estat*, sektor teknologi, sektor infrastruktur, sektor transportasi & logistik dan sektor produk investasi tercatat.

Perusahaan Perbankan merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Perusahaan perbankan memiliki peran yang sangat penting dan strategis di dalam menopang pembangunan ekonomi sosial. Perusahaan perbankan merupakan salah satu perusahaan yang tidak terlalu berdampak dalam merusak lingkungan, namun keberadaan CSR dalam Perusahaan Perbankan sangat penting dalam perekonomian modern saat ini. CSR tidak hanya dilakukan oleh industri pertambangan atau industri manufaktur, namun lembaga keuangan juga turut berperan dalam melaksanakan CSR. Suatu bank dikatakan sehat apabila dapat menjalankan fungsinya dengan baik. Salah satu kasus yang terjadi berkaitan dengan CSR pada sektor perbankan yaitu kasus yang terjadi pada Bank Century, dimana

awal mula Bank Century mengalami kalah kliring yang dikarenakan adanya penyalahgunaan dana nasabah yang digerakkan oleh pemilik bank Century dan keluarganya. Sehingga pemerintah pun memberikan suntikan dana yang cukup besar, yang semula hanya Rp. 1,3 triliun menjadi Rp. 6,7 triliun, hal ini jelas menarik perhatian banyak pihak khususnya masyarakat. Dana *Bail Out* dikeluarkan pemerintah dengan alasan bahwa Bank Century adalah bank gagal yang dapat memberikan dampak sistemik dan untuk menghindari jatuhnya perbankan Indonesia. Kasus ini menyebabkan hilangnya kepercayaan nasabah dan investor kepada beberapa bank di Indonesia dimana nasabah dan investor merupakan *stakeholder* yang harus dijaga kepercayaannya. Dengan penyalahgunaan dana nasabah yang dilakukan oleh Bank Century ini juga dapat diartikan bahwa gagalnya tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Bank Century kepada pihak *stakeholder*.

Menurut Yovana dan Kadir (2020) *Corporate Social Responsibility* atau yang biasa disebut tanggung jawab sosial perusahaan merupakan upaya yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan untuk lebih meningkatkan perhatian terhadap masalah lingkungan dan sosial dalam kegiatan bisnisnya dan sebagai bentuk interaksi perusahaan dengan *stakeholdernya*. *Corporate Social Responsibility* juga dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja bersama karyawan perusahaan, keluarga karyawan, dan masyarakat sekitar untuk meningkatkan kualitas kehidupan.

Konsep mengenai pengungkapan CSR berakar dari sebuah gagasan, di mana perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak

pada *single bottom line*, yaitu dalam kondisi *profit*, namun tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom lines (Economic, Social, and Enviromental)*, yaitu memperhatikan masalah lingkungan sekitar dan sosial. Pentingnya pelaksanaan CSR dilandasi oleh suatu gagasan bahwa perusahaan bukan hanya memperhatikan keadaan ekonomi dan para pemilik modal. Perusahaan memiliki kewajiban untuk memperhatikan juga kepentingan para *stakeholder* (Indriyani dan Yuliandhari, 2020:1560).

Pelaksanaan dan pengungkapan CSR di Indonesia sudah diatur dengan menerbitkan berbagai macam regulasi. Alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR secara sukarela telah diteliti. Di antaranya adalah untuk menaati peraturan yang ada. Menurut Sidauruk dan Yuliana (2018) Pemerintah melalui Undang- Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peraturan lain yang menyinggung CSR adalah UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal. UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mengatur setiap perusahaan yang menjalankan usahanya dibidang yang bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan dan pelaksanaannya harus dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR juga telah terakomodasi dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Tahun 2013 tentang Penyajian Laporan Keuangan. Berdasarkan (PSAK) No. 1 Tahun 2013 tentang Penyajian Laporan Keuangan paragraf 12 dinyatakan bahwa: “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan

mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri di mana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting” (Kusumawardani dan Sudana, 2017).

Hasibuan dan Sedyono (2017:73) menyatakan pengungkapan CSR dilakukan perusahaan untuk dapat memenuhi kepentingan *stakeholder* dan menjamin keberlangsungan perusahaan jangka panjang, CSR dianggap dapat menegaskan *brand differentiation* perusahaan, sarana untuk memperoleh *license of operate*, baik dari pemerintah maupun masyarakat, serta sebagai *strategy risk management* perusahaan (Atmaja dan Wibowo, 2015). Di Indonesia, masih banyak kasus-kasus yang terjadi akibat kurangnya kesadaran perusahaan mengenai kegiatan pertanggung jawaban sosial, sehingga terjadi masalah terkait kerusakan lingkungan maupun konflik yang berhubungan kesejahteraan karyawan salah satunya seperti dalam suatu perusahaan terdapat salah penempatan fungsi dalam struktur organisasi perusahaan (dijabat rangkap) sehingga menyebabkan pengambilan keputusan sangat lambat dan tercemarnya laut akibat pembuangan tailing ke dasar laut oleh perusahaan industri. Melalui CSR, perusahaan berusaha untuk menunjukkan bahwa perusahaan mampu bertanggung jawab dan mempunyai kepedulian terhadap lingkungan, kesejahteraan karyawan, dan masyarakat.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat dibutuhkan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, sehingga intensitas pengungkapan *corporate social responsibility* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas,

*Leverage*, dan Pertumbuhan Perusahaan. Dari faktor-faktor yang ada dalam perusahaan tersebut dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pengungkapan yang akan dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya.

Menurut Yovana dan Kadir (2020) faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala di mana dapat diklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham dan lain sebagainya. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang akan timbul dari berbagai situasi yang dihadapi oleh perusahaan. Perusahaan besar memiliki risiko yang lebih rendah dari pada perusahaan yang kecil. Selain itu perusahaan-perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber informasi eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hardianti dan Anwar (2020), dan Saputra, dkk. (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purba dan Candradewi (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Indriyani dan Yuliandhari (2020), Zulhaimi dan Nuraprianti (2019), dan Syawalluddin, dkk. (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Menurut Ratih (2017) umur perusahaan merupakan lamanya sebuah perusahaan bisa berdiri, berkembang dan bertahan sampai sekarang. Umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghadapi tantangan dunia bisnis, semakin lama perusahaan tersebut beroperasi otomatis perusahaan tersebut dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat dan mendapatkan penerimaan masyarakat. Perusahaan yang besar akan selalu mencoba untuk meningkatkan sesuatu yang terbaik dari perusahaan tersebut yang berguna untuk komunitas sosialnya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Vivian, dkk. (2020), dan Saputra, dkk. (2021) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Safrianti (2020) yang menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu profitabilitas. Profitabilitas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari pendapatan yang berhubungan dengan penjualan, aset dan ekuitas perusahaan. Profitabilitas mempunyai arti yang penting dalam sebuah perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka panjang. Jenis rasio profitabilitas yang digunakan adalah ROA (*Return on Assets*). ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Sukenti, dkk. (2017), Zulhaimi dan Nuraprianti (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan

*corporate social responsibility*. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Syawalluddin, dkk. (2021), Hardianti dan Anwar (2020), dan Vivian, dkk. (2020) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Menurut Putra dan Wiagustini (2019) dalam memperoleh sumber pendanaan, perusahaan dapat mempercayakan sumber pendanaan yang berasal dari dalam perusahaan seperti penyusutan dan laba ditahan, selain itu perusahaan juga dapat memperoleh sumber pendanaan dari luar perusahaan misalnya hutang dan penerbitan saham. perusahaan dapat menggunakan hutang (*leverage*) untuk memperoleh modal guna mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik jangka pendek maupun panjang. Menurut Putra dan Wiagustini (2019) *leverage* dapat dikatakan bahwa suatu rasio keuangan yang mengukur seberapa banyak perusahaan dibiayai dengan menggunakan hutang. Penggunaan hutang tersebut diharapkan perusahaan akan mendapat respons positif oleh pihak luar. Menurut Putra dan Wiagustini (2019) menyatakan bahwa hutang merupakan tanda atau sinyal positif untuk meningkatkan dimata investor. Pernyataan ini di dukung oleh hasil penelitian Purba dan Candradewi (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Namun hasil penelitian yang berbeda ditemukan pada penelitian Prakarsa dan Astika (2017), Vivian, dkk. (2020), dan Hardianti dan Anwar (2020) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kemudian faktor berikutnya yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu pertumbuhan perusahaan (*growth*). Pertumbuhan perusahaan adalah salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi dimasa mendatang dan diharapkan laba memiliki kualitas yang tinggi sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Pada penelitian yang dilakukan oleh Sukenti, dkk. (2017) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Namun terdapat hasil penelitian yang berbeda ditemukan pada penelitian Sidauruk dan Yuliana (2018), Khoiriyah, dkk. (2021), dan Syawalluddin, dkk. (2021) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian yang terkait dengan pengungkapan *corporate social responsibility* telah banyak dilakukan, namun terdapat hasil yang tidak konsisten dari hasil penelitian tersebut. Maka, penelitian ini dilakukan untuk mengatasi hasil yang tidak konsisten tersebut dan menjawab saran dari penelitian-penelitian sebelumnya. Selain itu alasan yang mempertegas penelitian mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* ini dilakukan agar lebih mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan di sekitarnya sehingga dapat diterapkan pada perusahaan. Bahkan seorang investor juga cenderung lebih tertarik dengan perusahaan yang melaksanakan CSR sebagai

tempat penanaman modal karena semakin tinggi kualitas CSR maka kelangsungan hidup perusahaan lebih terjamin. Penelitian ini menguji pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pemilihan sampel dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022. Oleh karena itu, peneliti mengambil penelitian dengan judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut yaitu:

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022?
2. Apakah Umur Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022?

4. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022?
5. Apakah Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022.
2. Untuk menganalisis pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022.
3. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022.
4. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022.

5. Untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam pengembangan media serta menjadi referensi pembelajaran dalam penelitian selanjutnya. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan kontribusi dalam pengembangan teori tentang ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan antara lain :

- a. Bagi perusahaan

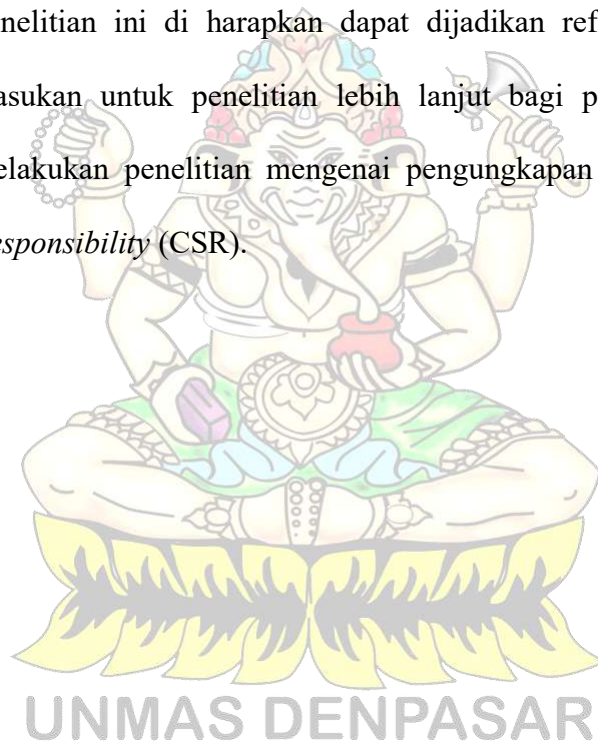
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan dalam menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan untuk mendapatkan profitabilitas yang baik.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan masukan yang dapat digunakan oleh investor dan calon investor mengenai Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), serta memberikan informasi yang bermanfaat untuk mengambil keputusan investasi.

c. Bagi Kalangan Akademis

Penelitian ini di harapkan dapat dijadikan referensi, acuan dan masukan untuk penelitian lebih lanjut bagi peneliti yang akan melakukan penelitian mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Dengan demikian, Prasetyowati (2014) menyatakan bahwa keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Teori *stakeholder* perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*.

Teori *stakeholder* menjadi teori utama dalam penelitian ini dikarenakan CSR itu muncul dikarenakan adanya desakan dari pihak *stakeholder* karena tujuan perusahaan tersebut yang hanya mengutamakan keuntungan semata dengan mengabaikan lingkungan dan mengabaikan tanggung jawab sosial perusahaannya. *Stakeholder* merupakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang meliputi konsumen, pemasok, masyarakat setempat, kreditor, pemegang saham, pemerintah setempat, pemerintah asing, karyawan, penyalur, rekan bisnis, aktivitas sosial dan media massa. Kelangsungan hidup suatu perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari, sehingga segala jenis aktivitas perusahaan semata-mata untuk mencari dukungan tersebut.

Menurut Kusumadilaga (2015) *corporate social responsibility* seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan.

### 2.1.2 Teori Legitimasi

Menurut Permatasari (2017) teori legitimasi merupakan dasar yang digunakan dalam pengungkapan sosial maupun lingkungan. Teori legitimasi mengatakan bahwa perusahaan berusaha secara terus menerus untuk meyakinkan bahwa segala kegiatan atau aktivitas yang dilakukan sesuai dengan batasan dan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat tempat perusahaan beroperasi atau berada. Legitimasi dapat dianggap sebagai sesuatu yang menyamakan asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas, dan sesuai dengan sistem norma, nilai dan kepercayaan serta definisi yang dikembangkan secara sosial. Tujuan legitimasi tidak hanya digunakan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan saja akan tetapi juga digunakan untuk mempertahankan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut Permatasari (2017) legitimasi adalah hal yang penting dalam organisasi, mengandung batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial serta reaksi-reaksi terhadap batasan tersebut

mendorong pentingnya analisis mengenai perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Teori legitimasi digunakan dalam penelitian ini agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan dan agar perusahaan juga mendapatkan pengakuan yang jelas dalam perusahaannya. Teori legitimasi berfokus pada hubungan antara perusahaan dengan masyarakat. Hal ini didasarkan pada pandangan bahwa suatu perusahaan akan berusaha untuk menyeimbangkan norma-norma perilaku dalam sistem sosial masyarakat dengan nilai-nilai sosial yang terkandung dalam sistem perusahaan karena perusahaan merupakan bagian dari sistem tersebut. Apabila kedua sistem ini berjalan selaras dapat dikatakan sebagai legitimasi perusahaan, namun apabila tidak terjadi keselarasan antara kedua sistem.

### 2.1.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Suwandi (2017) *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan mekanisme bagi suatu perusahaan untuk memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingan yang di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan. Dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR berhubungan dengan “pertumbuhan berkelanjutan” yakni suatu organisasi terutama perusahaan, dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, misalnya tingkat keuntungan atau dividen, tetapi juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusan itu, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka yang lebih

panjang. *Corporate social responsibility* digunakan sebagai komitmen perusahaan dalam berkontribusi meningkatkan kualitas kehidupan baik dalam internal maupun eksternalnya. Internal dan eksternal yang di maksudkan di sini adalah pihak-pihak yang memiliki kepentingan pada perusahaan seperti contohnya pemegang saham, kreditur, karyawan, pemasok, dan juga masyarakat luas yang memiliki hubungan ekonomi dengan perusahaan.

Menurut Suwandi (2017) *corporate social responsibility* (CSR) merupakan konsep yang telah dikenal luas di kalangan pelaku usaha, masyarakat, konsep *Corporate social responsibility* (CSR) terus berkembang dan semakin menarik minat berbagai pihak. Dinamika berlangsung di antara para pemangku kepentingan telah menyebabkan beragamnya perspektif yang digunakan dalam memutuskan konsep *Corporate social responsibility* (CSR).

Menurut Lamo (2015:17) *corporate social responsibility* (CSR) adalah bagian yang penting untuk dilaksanakan karena kegiatannya selalu berhubungan dengan pemerintah dan masyarakat sebagai *stakeholders* perusahaan. Agar program *Corporate social responsibility* (CSR) berkelanjutan, efektivitas, efisien dan tepat sasaran baik kepada pemerintah maupun terhadap masyarakat maka pelaksanaannya perlu dilakukan secara profesional dengan melibatkan seluruh *stakeholders* yang terkait.

Menurut Indriyani dan Yuliandhari (2020) pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan suatu sarana manajemen perusahaan dalam melakukan interaksi dengan masyarakat luas terkait untuk mempengaruhi

persepsi-persepsi pada perusahaan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Dalam pengungkapan *corporate social responsibility*, yang di pakai adalah standar GRI (*Global Report Initiative*). Dalam standar GRI-G4 indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial, yang dimana kinerja sosial meliputi praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja yang di dalamnya terbagi menjadi tiga sub, yaitu hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab atas produk sehingga jumlah indikator GRI-G4 yaitu 91 indikator (Indriyani dan Yuliandhari, 2020)

#### 2.1.4 Ukuran Perusahaan

Menurut Untari (2015) Ukuran Perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dinilai dengan melihat total penjualan, total nilai aset, kapitalisasi pasar, dan jumlah tenaga kerja. Semakin besar nilai dari item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Semakin besar nilai aset perusahaan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan tersebut dikenal masyarakat. Ukuran perusahaan menurut Untari (2015), ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Menentukan besar kecilnya ukuran suatu perusahaan dapat dilihat dari total aktiva, jumlah tenaga kerja dan tingkat penjualan. Semakin besar

ukuran suatu perusahaan, maka semakin luas pengungkapan informasi *corporate socialresponsibility* yang akan disajikan karena masyarakat akan mengawasi terkait hal- hal yang dilakukan perusahaan dalam aktivitas perusahaan.

Perusahaan besar mempunyai tingkat risiko yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan besar sebagai emiten yang banyak disoroti akan menghadapi tuntutan yang lebih besar dari para *stakeholders* untuk menyajikan laporan keuangan yang lebih transparan. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* menurut teori *stakeholder* yaitu semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin banyak pihak-pihak yang menjadi bagian dari *stakeholder* perusahaan, sehingga semakin luas jangkauan *corporate social responsibility*. Jika pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dikaitkan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, sehingga *corporate social responsibility* semakin luas.

Selain itu, perusahaan besar mempunyai lebih banyak memiliki sumber daya untuk meningkatkan karena mempunyai akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber pendanaan dari eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil (Ayu, dkk 2019) dalam (Hery, 2017:11).

Menurut Badan Standarisasi Nasional (BSN) ukuran perusahaan terdapat tiga (tiga) kategori yaitu :

### 1. Perusahaan Kecil (*Small Firm*)

Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan kecil apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,- dengan paling banyak Rp.500.000.000,- tidak termasuk bangun usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp.25.000.000.000,-

### 2. Perusahaan Menengah (*Medium Firm*)

Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan menengah apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,-

### 3. Perusahaan Besar (*Large Firm*)

Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan besar apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.50.000.000.000,-.

## 2.1.5 Umur Perusahaan

Umur perusahaan merupakan gambaran dari lamanya suatu perusahaan didirikan dan menjalankan usahanya. umur perusahaan merupakan hal yang dipertimbangkan oleh para investor dalam menanamkan modalnya, umur perusahaan mencerminkan perusahaan tetap dan menjadi bukti bahwa perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil

kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian. Perusahaan yang lama berdiri umumnya lebih stabil dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri atau yang masih memiliki umur yang singkat dan perusahaan yang telah lama berdiri akan meningkatkan labanya karena adanya pengalaman dari manajemen sebelumnya dalam mengelola bisnisnya. Umur perusahaan harus diukur dari tanggal pendiriannya maupun dari tanggal terdaftarnya di BEI. Umur perusahaan dalam penelitian ini menggunakan umur perusahaan dari tanggal perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hal ini dikarenakan, pada saat suatu perusahaan sudah terdaftar di bursa efek Indonesia dan *go public*, maka perusahaan harus mempublikasikan pelaporan keuangan mereka kepada masyarakat dan pemakai laporan keuangan agar informasi yang terkandung di dalamnya dapat segera digunakan oleh pihak-pihak yang membutuhkan tersebut.

Umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Umur perusahaan dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan suatu perusahaan. Perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman lebih banyak atas informasi mengenai perusahaan. Umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan sehingga semakin lama perusahaan berdiri, maka semakin mampu perusahaan tersebut meningkatkan kepercayaan investor.

Umur perusahaan menunjukkan berapa lama perusahaan tersebut dibentuk dan beroperasi. Bahwa semakin lama perusahaan itu beroperasi maka masyarakat akan lebih banyak mengetahui informasi tentang

perusahaan tersebut. Umur perusahaan akan menjadi alat pertimbangan bagi para investor untuk melihat apakah suatu perusahaan mampu terus bertahan hidup serta mampu bersaing dalam mendapatkan kesempatan bisnis dalam perekonomian. Umur perusahaan diukur dari *first issue* perusahaan tersebut di BEI hingga tahun penelitian atau lamanya suatu perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang berumur lebih tua dikatakan memiliki lebih banyak pengalaman dan kemampuan dalam mengungkapkan informasi karena mereka telah mengerti kebutuhan informasi apa saja yang dibutuhkan oleh pemakai laporan tahunan.

#### 2.1.6 Profitabilitas

Menurut Vivian, dkk. (2020) profitabilitas adalah keahlian mendapatkan laba oleh perusahaan dengan periode waktu tertentu rasio *net profit before tax* (rasio laba bersih) setelah *tax on total assets* (pajak terhadap total aset). Tingkat profitabilitas menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka cenderung semakin luas *corporate social responsibility*. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Tingkat profitabilitas yang tinggi mendorong manajer untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan dan keleluasaan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini disebabkan manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan.

Ada 3 (tiga) rasio yang sering digunakan, yaitu *profit margin*, *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE). *Profit margin* ini bisa juga diinterpretasikan sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya (ukuran efisiensi) di perusahaan pada periode tertentu. *Return On Asset* (ROA) mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. *Return On Equity* (ROE) mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan dengan modal tertentu.

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi, intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Penggunaan rasio profitabilitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan, terutama pada laporan keuangan neraca dan laporan keuangan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi, tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

*Profitability ratio* mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal dan penjualan perusahaan. *Return on Total Assets* (ROA) mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktiva untuk memperoleh laba. Rasio ini mengukur

tingkat kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan seluruh dana (aktiva) yang dimilikinya. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laba rugi, tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Kasmir (2018:114) menyatakan bahwa dikatakan perusahaan rentabilitasnya baik apabila dapat memenuhi target laba yang telah ditetapkan dengan menggunakan aktiva atau modal yang dimilikinya. Profitabilitas atau rasio rentabilitas dibagi menjadi 2 (dua) yaitu :

1. Rentabilitas Ekonomi

Rentabilitas ekonomi yaitu dengan membandingkan laba usaha dengan seluruh modal (modal sendiri dan modal asing).

2. Rentabilitas Usaha (sendiri)

Rentabilitas usaha yaitu dengan membandingkan laba yang sudah disediakan untuk pemilik dengan modal sendiri. Rentabilitas yang tinggi lebih penting dari keuntungan yang besar.

Manfaat penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan (Kasmir, 2018:198) yaitu :

1. Untuk mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Untuk mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.

3. Untuk mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Jenis-jenis rasio profitabilitas yang digunakan dalam praktiknya adalah sebagai berikut :

a. *Return on Asset (ROA)*

Pengembalian atas total aset (ROA), merupakan rasio laba bersih terhadap total aset, rasio ini untuk mengukur pengembalian atas total aset setelah bunga dan pajak (Brigham & Houston, 2010:148). Menurut Sudana (2015:25) *Return on Asset (ROA)* menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar ROA, maka berarti semakin efisien perusahaan dalam penggunaan aktivanya.

*Return on Total Asset (ROA)* mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktivanya untuk memperoleh laba, rasio ini mengukur tingkat kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan seluruh dana (aktiva) yang dimilikinya, dan rasio ini dapat dibandingkan dengan tingkat bunga bank yang berlaku.

b. *Return on Equity (ROE)*

Menurut Kasmir (2018) *return on equity (ROE)* merupakan rasio laba bersih terhadap ekuitas biasa untuk mengukur tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham biasa. Menurut Kasmir (2018:204) hasil pengembalian ekuitas atau *return on equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri, rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri.

Menurut Sudana (2015:25) ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham, karena untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan pihak manajemen perusahaan. Sedangkan menurut Fahmi (2017:137) *rasio return on equity (ROE)* disebut juga dengan laba atas equity. Rasio ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas.

c. *Profit Margin Rasio*

Menurut Kasmir (2018:199) *Profit Margin on Sales* atau *Ratio Profit Margin* atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan.

*Profit margin ratio* mengukur kemampuan perusahaan untuk

menghasilkan laba dengan menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan, semakin tinggi rasio ini berarti menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam menjalankan operasinya (Sudana, 2015:25).

### 2.1.7 *Leverage*

Menurut Kasmir (2018:156) *leverage* adalah pengukuran terhadap ketergantungan suatu perusahaan dengan kreditur dalam pembiayaan aset. Suatu perusahaan akan banyak menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) jika nilai *leverage* makin tinggi agar para pemegang saham tidak meragukan akan besarnya nilai *leverage* perusahaan. *Leverage* adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan dengan tingkat *leverage* (*debt to equity ratio*) yang tinggi menunjukkan komposisi total hutang semakin besar dibanding dengan total ekuitas sehingga berdampak semakin besar beban perusahaan terhadap pihak kreditor.

*Leverage* yang semakin tinggi kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang sehingga manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian hutang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang. Maka dari itu, semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dan supaya laba yang

dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk di dalamnya biaya untuk mengungkapkan informasi sosial.

### 2.1.8 Pertumbuhan Perusahaan

Kasmir (2018:114-115) menyatakan bahwa rasio pertumbuhan (*growth ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya, dalam rasio ini pertumbuhan yang dianalisis yaitu pertumbuhan penjualan, laba bersih, pendapatan per saham dan dividen per saham.

Menurut Harahap (2017:309-310) rasio pertumbuhan (*growth*) menggambarkan persentase pertumbuhan pos-pos perusahaan dari tahun ke tahun. Rasio ini menunjukkan persentase kenaikan penjualan tahun ini dibandingkan dengan tahun lalu, semakin tinggi maka semakin baik.

Setiap perusahaan berusaha akan mencapai pertumbuhan yang tinggi setiap tahunnya karena pertumbuhan perusahaan akan memberikan gambaran perkembangan perusahaan yang terjadi. Perusahaan yang baik dapat dilihat dari penjualannya dari tahun ketahun yang terus mengalami kenaikan, hal tersebut berimbas pada peningkatannya keuntungan perusahaan sehingga pendanaan internal perusahaan juga meningkat. Pertumbuhan perusahaan dapat menjalankan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan juga merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya, di mana pertumbuhan dapat menunjukkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan

yang memiliki kesempatan untuk memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan.

Pertumbuhan perusahaan merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi akan mendapat sorotan sehingga diprediksi perusahaan tersebut mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan, semakin luas juga pengungkapan informasi *corporate social responsibility* untuk menarik minat para investor.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Terkait dengan penelitian yang akan dilakukan, maka penulis memacu dengan penelitian terdahulu, khususnya penelitian yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure*. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Indriyani dan Yuliandhari (2020) dengan variabel Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan sebagai variabel independen dan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen. Objek pada penelitian ini yaitu Perusahaan Indeks LQ 45 Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh 11 perusahaan dengan periode penelitian empat tahun, dengan demikian diperoleh 44 sampel perusahaan. Analisis data yang digunakan yaitu

statistik deskriptif dan analisis regresi data panel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *Retur non Aset* (ROA) memiliki pengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sementara ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh Indrayani dan Yuliandhari (2020) dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan sebagai variabel bebas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi, jumlah sampel dan tahun penelitian.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Vivian, dkk. (2020) dengan variabel Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Dewan Komisaris Independen sebagai variabel independen dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen. Objek pada penelitian ini yaitu Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2014-201. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana sebanyak 41 perusahaan digunakan menjadi populasi penelitian ini dan diperoleh sampel 16 perusahaan yang dimana telah memenuhi ketentuan. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage* dan dewan komisaris memiliki pengaruh negatif

terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sementara ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh Vivian, dkk. (2020) dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan sebagai variabel bebas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi, jumlah sampel dan tahun penelitian.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Saputra, dkk. (2021) dengan variabel Umur Perusahaan dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel independen dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel dependen. Objek pada penelitian ini yaitu Perusahaan Manufaktur Sub Makanan dan Minuman yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2019. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana sebanyak 21 perusahaan menjadi populasi penelitian ini dan diperoleh jumlah data sampel sebanyak 84 dalam periode penelitian selama 4 tahun. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa umur perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh Saputra, dkk. (2021) dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel umur perusahaan dan

- ukuran perusahaan sebagai variabel bebas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi, jumlah sampel dan tahun penelitian.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Safrianti (2020) dengan variabel Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan sebagai variabel independen dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai variabel dependen. Objek pada penelitian ini yaitu Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2013-2019. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana sebanyak 69 perusahaan sektor industri dasar dan kimia digunakan menjadi populasi penelitian ini dan berdasarkan kriteria yang ditentukan diperoleh sampel 28 perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang telah memenuhi ketentuan sebagai sampel. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, sementara umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Namun secara simultan menyatakan bahwa ukuran perusahaan dan umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh Safrianti (2020) dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel ukuran perusahaan dan umur perusahaan sebagai variabel bebas dan *Corporate Social Responsibility*

*Disclosure* sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi, jumlah sampel dan tahun penelitian.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Zulhaimi dan Nuraprianti (2019) dengan variabel Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel independen dan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen. Objek penelitian ini yaitu pada perusahaan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang berjumlah 26 perusahaan. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana diperoleh sampel sebanyak 15 perusahaan yang telah memenuhi kriteria. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi data panel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, sementara ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh Zulhaimi dan Nuraprianti (2019) dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel bebas dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi, jumlah sampel dan tahun penelitian.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Prakarsa dan Astika (2017) dengan variabel Leverage, Profitabilitas, dan Kepemilikan Manajemen sebagai variabel independen dan *Corporate Social Responsibility Disclosure*

sebagai variabel dependen. Objek penelitian ini yaitu pada Perusahaan Pertambangan. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana sebanyak 40 perusahaan digunakan menjadi populasi penelitian ini. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, sementara profitabilitas dan kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh Prakarsa dan Astika (2017) dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel profitabilitas, *leverage* sebagai variabel bebas dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi, jumlah sampel dan tahun penelitian.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Hardianti (2020) dengan variabel Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas sebagai variabel independen dan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen. Objek penelitian ini yaitu seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana pemilihan sampel yaitu berdasarkan kriteria, dengan jumlah pengamatan sebanyak 27 perusahaan dengan periode penelitian 2 tahun, dengan demikian diperoleh 54 sampel perusahaan.. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian

ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*, sementara *leverage* dan profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh Hardianti (2020) dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas sebagai variabel bebas dan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi, jumlah sampel dan tahun penelitian.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Purba dan Candradewi (2019) dengan variabel *Leverage*, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel independen dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen. Objek penelitian ini yaitu Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2017. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana dengan jumlah pengamatan sebanyak 26 perusahaan dengan periode penelitian 3 tahun, dengan demikian diperoleh 78 sampel perusahaan. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Leverage*, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh Purba dan Candradewi (2019) dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan

sebagai variabel bebas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi, jumlah sampel dan tahun penelitian.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Syawalluddin, dkk. (2021) dengan variabel Profitabilitas, Risiko Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan sebagai variabel independen dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen. Objek penelitian ini yaitu seluruh perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI periode 2015-2019. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana jumlah populasi sebanyak 11 perusahaan. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, diperoleh jumlah sampel sebanyak 7 perusahaan dengan periode penelitian 5 tahun, dengan demikian diperoleh 35 sampel perusahaan. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas, Risiko Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh Syawalluddin, dkk (2021) dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan sebagai variabel bebas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi, jumlah sampel dan tahun penelitian.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Sukenti, dkk. (2017) dengan variabel Profitabilitas, Likuiditas dan *Growth* sebagai variabel independen dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen. Objek pada penelitian ini yaitu Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2015. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan tujuan untuk mengungkapkan pola dan dasar hubungan variabel-variabel yang diteliti. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas, Likuiditas dan *Growth* memiliki pengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh Sukenti, dkk. (2017) dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel profitabilitas dan *growth* (pertumbuhan perusahaan) sebagai variabel bebas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel terikat.