

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kajian Teoritis

2.1.1.1 Profitabilitas

2.1.1.1.1 Definisi Profitabilitas

Dalam sektor bisnis dan investasi, profitabilitas merupakan kriteria esensial untuk menilai prestasi sebuah entitas bisnis. Melalui penerapan analisis rasio finansial, pemimpin perusahaan bisa secara efektif mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menciptakan profit dan mendistribusikannya kepada investor. Kinerja profitabilitas ini dianggap sebagai ukuran utama kemampuan sebuah perusahaan untuk menghasilkan laba yang bermanfaat. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menarik perhatian investor dan memastikan kelangsungan operasionalnya.

Menurut Munawir (2019:33) dalam buku analisis keuangan definisi profitabilitas adalah :

“Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat

diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau modal perusahaan tersebut.

Menurut Pirmatua Sirait (2017:139) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba secara komprehensif mengkonversi penjualan menjadi keuntungan dan arus kas.

Profitabilitas merupakan kemampuan yang dicapai oleh perusahaan dalam satu tahun periode. Dasar penilaian profitabilitas adalah laporan keuangan. Berdasarkan laporan keuangan yang dilihat dari laporan neraca dan laba rugi perusahaan akan dihasilkan analisis beberapa rasio yang mana akan digunakan dalam menilai aspek tertentu dari operasi perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan serta dapat mengukur tingkat efektivitas manajemen perusahaan (Wahyuningsih & Mahdar, 2018).

Dari beberapa pengertian di atas dapat diketahui bahwa Profitabilitas merupakan ukuran atau indikator yang menunjukkan kemampuan sebuah perusahaan atau entitas bisnis dalam menghasilkan keuntungan atau laba dari operasionalnya. Ini dihitung dengan membandingkan laba yang diperoleh dengan sumber daya yang digunakan, seperti modal, aset, atau penjualan. Rasio profitabilitas memberikan gambaran tentang seberapa efektif perusahaan mengelola sumber dayanya untuk menghasilkan keuntungan maksimal.

2.1.1.1.1 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Tujuan dan manfaat dari profitabilitas, tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak diluar perusahaan, terutama pihak pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Menurut kasmir (2016:197-198), tujuan penggunaan profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu
2. Untuk menilai posisilaba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk :

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode
2. Mengetahui posisi laba perusahaan athun sebelumnya dengan tahun sekarang
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu

4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.1.1.2 Jenis-jenis Profitabilitas

Menurut Hery (2016:193), jenis jenis profitabilitas yang lazim digunakan dalam praktek untuk diukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba adalah sebagai berikut:

1. *Return On Assets* (Hasil Pengembalian atas Asset)

Menurut Hery (2016:193), hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio hasil pengembalian atas aset (*return on assets*) dihitung dengan rumus:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

Menurut Hery (2016:43), laba bersih adalah laba sebelum pajak penghasilan dikurangkan dengan pajak penghasilan. Sedangkan total aset adalah penggabungan dari total aset lancar dan total aset tidak lancar. Menurut Hery (2016:193), semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset

berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

2. *Return on Equity* (Hasil Pengembalian atas Ekuitas)

Menurut Hery (2016:194), hasil pengembalian atas ekuitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Hasil pengembalian atas ekuitas diperoleh dengan membagi laba bersih terhadap total ekuitas. Rasio hasil pengembalian atas ekuitas (*return on equity*) dihitung dengan rumus:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Menurut Hery (2016:194), semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas.

3. *Gross Profit Margin* (Marjin Laba Kotor)

Menurut Hery (2016:196), marjin laba kotor merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih. Dengan kata lain, marjin laba kotor merupakan rasio yang menunjukkan kinerja

penjualan suatu perusahaan berdasarkan efisiensi proses produksinya. Hasil margin laba kotor diperoleh dengan membagi laba kotor terhadap penjualan bersih. Rasio margin laba kotor (*gross profit margin*) dihitung dengan rumus:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Menurut Hery (2016:196), semakin tinggi margin laba kotor berarti semakin tinggi pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya harga jual dan/atau rendahnya harga pokok penjualan. Sebaliknya, semakin rendah margin laba kotor berarti semakin rendah pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya harga jual dan/atau tingginya harga pokok penjualan.

4. *Operating Profit Margin* (Margin Laba Operasional)

Menurut Hery (2016:197), margin laba operasional merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Dengan kata lain, margin laba operasional atau margin laba usaha merupakan rasio dengan indikator laba bersih sebelum pajak dan bunga. Hasil margin laba operasional diperoleh dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih. Rasio margin laba operasional (*operating profit margin*) dihitung dengan rumus:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Menurut Hery (2016:197), semakin tinggi margin laba operasional berarti semakin tinggi pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba kotor dan/atau rendahnya bebanoperasional. Sebaliknya, semakin rendah margin laba operasional berarti semakin rendah pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba kotor dan/atau tingginya beban operasional.

5. *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih)

Menurut Hery (2016:199), margin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Dengan kata lain, margin laba bersih yaitu memperhitungkan semua biaya, bukan hanya harga pokok penjualan. Hasil margin laba bersih diperoleh dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Rasio margin laba bersih (*net profit margin*) dihitung dengan rumus:

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

Menurut Hery (2016:199), semakin tinggi margin laba bersih berarti semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba sebelum pajak penghasilan. Sebaliknya, semakin rendah margin laba bersih berarti semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba sebelum pajak penghasilan.

Rasio profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan ROA karena memiliki keuntungan, sebagaimana yang disampaikan oleh (Munawir, 2015:99) diantaranya adalah ROA mudah dihitung dan dipahami, merupakan alat pengukur prestasi manajemen yang sensitive terhadap setiap pengaruh keadaan keuangan perusahaan. Sebagai tolak ukur prestasi manajemen dalam memanfaatkan asset yang dimiliki Perusahaan dalam memperoleh laba.

2.1.1.2 Ukuran Perusahaan

2.1.1.2.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Ukuran sebuah perusahaan dapat diidentifikasi melalui berbagai indikator, termasuk jumlah modal sendiri, tingkat penjualan, atau jumlah total aset. Biasanya, perusahaan yang memiliki jumlah aset yang besar dianggap telah mencapai fase kematangan. Pada fase ini, perusahaan sering kali menikmati aliran kas yang konsisten dan positif, serta prospek pendapatan jangka panjang yang menguntungkan. Dimensi perusahaan ini dapat diukur melalui berbagai aspek seperti besar kecilnya aset, tingkat penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aset. Besarnya ukuran perusahaan ini juga mempengaruhi kemampuannya untuk mengakses dana di pasar modal serta posisinya dalam melakukan negosiasi kontrak finansial dengan entitas lain.

Menurut Hartono (2015:254) menyatakan bahwa definisi ukuran perusahaan (*Firm size*) adalah

“Besarnya kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva. Ukuran perusahaan ditentukan oleh jumlah aset yang dimiliki, yang dapat digunakan untuk menjalankan operasional perusahaan. Manajemen akan lebih leluasa jika perusahaan memiliki aset yang besar. Dari perspektif manajemen, kemampuan mereka untuk mengelola perusahaan dengan mudah dapat meningkatkan nilai perusahaan.”

Menurut Jogiyanto (2013:282) Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana diklasifikasikan besarnya kecilnya perusahaan dengan berbagai cara yaitu dengan total *asset*, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain

Menurut Halim (2015:93) Ukuran perusahaan merupakan suatu nilai yang menunjukkan besarnya kecilnya suatu perusahaan

Dari beberapa pengertian di atas dapat diketahui bahwa Ukuran perusahaan mencerminkan skala operasional dan finansial perusahaan yang diukur melalui indikator-indikator seperti jumlah total aset, pendapatan keseluruhan, dan nilai kapitalisasi pasar. Peranan ukuran perusahaan sangat krusial dalam mengindikasikan potensi pertumbuhan dan kemajuan perusahaan di masa yang akan datang. Seiring dengan bertambahnya skala perusahaan, diharapkan laba yang akan diperoleh baik oleh investor maupun perusahaan pun akan meningkat. Kondisi ini mendorong investor untuk terus menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

2.1.1.2.2 Kategori Ukuran Perusahaan

Klasifikasi perusahaan dapat dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu besar dan kecil, berdasarkan skala operasionalnya. Pengelompokan ini menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam membuat keputusan investasi. Perusahaan yang masuk kategori besar cenderung memiliki total aset yang signifikan dan tingkat pengenalan yang lebih luas di masyarakat, sehingga menarik minat investor untuk berinvestasi. Selain itu, kreditur juga lebih cenderung memberikan dukungan finansial kepada perusahaan yang memiliki skala operasional lebih besar dan memiliki reputasi publik yang baik.

Ketika suatu perusahaan lebih dikenal, informasi terkait perusahaan tersebut menjadi lebih mudah diakses. Ukuran perusahaan menjadi indikator penting bagi investor karena mencerminkan kapabilitas perusahaan untuk memberikan hasil investasi yang lebih besar.

UU No. 20 Tahun 2008 tentang kriteria ukuran perusahaan tersebut mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut:

“Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan

atau buka cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia”.

Adapun kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 tahun 2008 tentang kriteria ukuran perusahaan diuraikan dalam tabel tabel berikut:

Tabel 2. 1 Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Asset (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta

Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2.5 M
Usaha Menengah	>500 juta – 10 M	>2.5 M – 50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

Kategori ukuran perusahaan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis antara lain yaitu: perusahaan kecil (*small firm*), perusahaan menengah (*medium firm*) dan perusahaan besar (*large firm*). Menurut Badan Standarisasi Nasional (BSN), kategori ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. 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 bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 sampai paling banyak Rp.2.500.000.000.
- b. 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.
- c. 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.

2.1.1.2.3 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Untuk mengukur ukuran perusahaan menurut Sujarweni (2015:211) ukuran perusahaan :

“Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Semakin besar total aset yang dimiliki suatu perusahaan, semakin besar juga ukuran perusahaan. Semakin besar aset maka semakin besar juga modal yang ditanam, sementara banyak penjualan , maka semakin banyak juga perputaran hutang dalam perusahaan”.

Menurut Abdul Basit dkk. (2019:59) untuk mengukur ukuran perusahaan bisa diukur berdasarkan total aset yang dimiliki perusahaan. aset menunjukkan aktiva yang digunakan untuk aktivitas operassional perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Total Aset}$$

2.1.1.3 Umur Perusahaan

2.1.1.3.1 Definisi Umur Perusahaan

Umur perusahaan merupakan awal perusahaan saat akan melakukan aktivitas operasionalnya hingga perusahaan tersebut dapat mempertahankan eksistensinya didalam dunia bisnis. Umur perusahaan juga dapat menunjukkan

seberapa jauh perusahaan bisa mampu bertahan, mampu bersaing, dan memanfaatkan peluang bisnis dalam suatu perekonomian dan seberapa lama perusahaan telah melaporkan laporan keuangan secara go public (Puspitarini dan Panjaitan, 2018).

Sumilat & Destriana (2017:133) menyatakan bahwa umur perusahaan adalah :

“Umur dari sebuah perusahaan dapat mengindikasikan sudah berapa lama perusahaan telah beroperasi, dengan asumsi bahwa semakin lama perusahaan beroperasi, semakin banyak informasi yang tersedia untuk publik mengenai perusahaan tersebut. Umur dari sebuah perusahaan juga dapat memengaruhi kinerja keuangan perusahaan karena perusahaan yang sudah berdiri lama dianggap memiliki pengalaman yang lebih bagus dan dapat memberikan informasi yang kredibel dan terpercaya”

Dewi & Muslih (2018:214). menyatakan bahwa umur perusahaan adalah:

“Perusahaan dengan sejarah yang cukup panjang dianggap mampu mengatasi kendala-kendala yang akan dihadapi perusahaan, sehingga perusahaan mempunyai pengalaman yang cukup dan terbiasa menghadapi hambatan-hambatan tersebut, sehingga perusahaan berada dalam keadaan stabil. Perusahaan yang berumur panjang cenderung mengelola informasi akuntansi lebih baik dibandingkan perusahaan baru, sehingga perusahaan yang berumur panjang akan memberikan informasi CSR yang lebih banyak dan lebih dapat diandalkan.”

Dari beberapa penjelasan diatas dapat diketahui bahwa umur perusahaan merujuk pada lamanya waktu atau masa beroperasinya suatu perusahaan sejak didirikan. Umur perusahaan dapat diukur dalam tahun atau bulan, dan sering kali dianggap sebagai faktor penting dalam menilai stabilitas, pengalaman, dan ketahanan suatu perusahaan di pasar.

Umur perusahaan pada penelitian ini dapat dilihat mulai dari awal perusahaan berdiri berdasarkan akta pendirian hingga perusahaan tersebut menjadi sampel untuk dijadikan penelitian dengan rumus sebagai berikut:

Umur Perusahaan

$= \sum \text{tahun sejak perusahaan berdiri sampai penelitian dilakukan}$

2.1.1.4 Corporate Social Responsibility Disclosure

2.1.1.4.1 Definisi Corporate Social Responsibility

Corporate Sosial Responsibility (CSR) atau dalam bahasa Indonesia nya tanggung jawab social disebutkan pada Undang-Undang Perseroan terbatas No. 40 tahun 2007, yang tertera pada pasal satu butir tiga yang menjelaskan tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah sebuah komitmen Perseroan untuk selalu berperan aktif dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dimana untuk meningkatkan kualitas taraf hidup lingkungan sekitar yang bermanfaat baik untuk lingkungan maupun perusahaan itu sendiri, komunitas lingkungan sekitar serta masyarakatnya..

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah bentuk kewajiban yang diemban oleh perusahaan terhadap seluruh pihak yang terlibat dalam operasionalnya dengan melaksanakan berbagai program yang memberikan dampak positif. Melalui praktik CSR, perusahaan menyadari konsekuensi dari kegiatan bisnisnya terhadap berbagai aspek masyarakat, termasuk dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Penting untuk diingat bahwa setiap entitas bisnis memiliki tanggung jawab terhadap kesejahteraan masyarakat secara umum dan kelestarian lingkungan di sekitarnya. Pelaksanaan CSR dianggap sebagai kewajiban yang harus dipenuhi, dan ketidakpatuhan dapat berakibat pada sanksi bagi perusahaan tersebut. Program-program CSR dapat diterapkan oleh perusahaan, baik yang berskala besar maupun kecil, asalkan terkait dengan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Dengan menerapkan CSR, perusahaan berupaya memberikan dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan tempat operasionalnya. Hal ini merupakan langkah strategis dalam membangun hubungan positif dengan pemangku kepentingan dan memastikan kelangsungan bisnis yang bertanggung jawab.

Corporate social responsibility menurut Ahmad Lamo Said (2018:23) adalah:

“Sebagai upaya dari perusahaan untuk menaikkan citranya dimata publik dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internal. Program eksternal dengan menjalankan kemitraan (*partnership*) dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan atau (*stakeholder*) untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan

sekitarnya. Sedangkan secara internal maupun berproduksi dengan baik, mencapai profit yang maksimal dan mensejahterakan karyawannya.”menggunakan etika serta berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan.

Menurut Totok Mardikanto (2018:92) *Corporate social responsibility (CSR)* adalah sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian social dan lingkungan dalam operasi bisnis dan didalam interaksi dengan para pemangku kepentingan secara sukarela yang mengarah pada keberhasilan bisnis yang berkelanjutan.

Dari beberapa pengertian tersebut, diketahui CSR adalah salah satu konsep sukarela perusahaan dalam mempertimbangkan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari kegiatan bisnis mereka.

2.1.1.4.2 Konsep *Corporate Social Responsibility*

Setiap perusahaan memiliki potensi untuk memberikan pengaruh terhadap pandangan masyarakat, baik dalam konteks nilai-nilai positif maupun negatif. Oleh karena itu, perhatian terhadap dampak negatif yang dapat menimbulkan konflik dan mengganggu operasional perusahaan dan masyarakat menjadi hal yang krusial. Inisiatif *Corporate Social Responsibility (CSR)* dari perusahaan memiliki signifikansi besar dalam menjaga keberlanjutan bisnis sekaligus mendukung upaya pemerintah dalam mencapai target pembangunan berkelanjutan, sebagaimana diamanatkan dalam Peraturan Presiden Nomor 59 Tahun 2017.

Dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan dapat membantu mengurangi dampak negatif dan memastikan bahwa kegiatan bisnis mereka memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Melalui berbagai program CSR, perusahaan dapat membangun hubungan yang positif dengan pemangku kepentingan, meningkatkan reputasi perusahaan, dan memberikan nilai tambah bagi masyarakat. Namun, perlu diingat bahwa setiap perusahaan harus memastikan bahwa upaya CSR mereka dilakukan secara transparan, sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dan berkelanjutan. Dengan demikian, perusahaan dapat berperan sebagai agen perubahan yang positif dan membantu mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Dalam karyanya yang berjudul "*Cannibals With Forks*," John Elkington mengemukakan bahwa perusahaan perlu memperhatikan sinergi dari tiga elemen kunci, yakni *people* (manusia), *prosperity* (kemakmuran), dan *planet* (lingkungan), yang saling terkait untuk mencapai keberlanjutan dalam kegiatan bisnis.

People merujuk pada dampak bisnis terhadap masyarakat yang menjadi fokus utama perusahaan. Hal ini menjadi aspek krusial dalam menjalankan bisnis karena peran vital masyarakat dalam menjaga kelangsungan dan kemajuan perusahaan. *People* melibatkan karyawan, keluarga, pemasok, komunitas, pelanggan, dan bahkan individu lain yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan.

Prosperity mengacu pada dampak perusahaan terhadap perekonomian, baik di tingkat nasional maupun internasional. Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memberikan kontribusi positif kepada lingkungan sekitar, seperti menciptakan

lapangan kerja, mendorong inovasi, mengembangkan kekayaan intelektual, dan memberikan dampak ekonomi yang signifikan. Selain itu, perusahaan juga memiliki tanggung jawab dalam membayar pajak bangunan dan pajak lainnya kepada negara.

Planet merujuk pada dampak yang dihasilkan oleh segala aktivitas perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap lingkungan. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjaga kelestarian dan keberlanjutan lingkungan, melibatkan semua unsur kehidupan di Bumi, baik manusia, tumbuhan, hewan, maupun unsur non-hidup seperti batuan, mineral, tanah, air, dan lainnya.

Konsep *Triple Bottom Line* ini adalah pendekatan yang membantu perusahaan membuat keputusan yang lebih holistik dengan mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan, selain keuntungan finansial. Dengan memperhitungkan ketiga aspek ini, perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab, bukan hanya untuk mencapai keuntungan finansial, tetapi juga untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan.

2.1.1.4.3 Definisi *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Dalam menilai kinerja suatu perusahaan, laporan keuangan merupakan acuan utama bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya dalam proses pengambilan keputusan investasi. Namun, untuk menyempurnakan evaluasi tersebut, memiliki sustainability reporting yang mencakup *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* juga menjadi penting. *CSR Disclosure* memberikan informasi terkait tanggung jawab sosial perusahaan, termasuk kegiatan yang mendukung keberlanjutan lingkungan, kesejahteraan masyarakat, dan inisiatif sosial lainnya.

Dengan adanya CSR Disclosure, investor dan pemangku kepentingan dapat memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh tentang komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan dampak sosialnya.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam sebuah perusahaan melibatkan penyusunan laporan yang secara bertanggung jawab mencatat kegiatan sosial yang telah dilakukan. Laporan tersebut dikenal sebagai laporan tanggung jawab sosial, yang mencakup aktivitas perusahaan dalam hal dampak sosial dan lingkungan. Laporan ini umumnya dimasukkan dalam laporan tahunan perusahaan dan disampaikan oleh direksi kepada pemegang saham pada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Menurut Sri Mulyani dkk (2018:230) Pengungkapan CSR adalah pelaksanaan perusahaan dalam melaporkan kegiatan CSR didalam laporan tahunannya.

Menurut Hery (2012:143) Pengungkapan *Corporate social responsibility* adalah proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

2.1.1.4.4 Pengukuran *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Metode yang digunakan untuk mengukur kinerja CSR adalah analisis konten. Metode ini bertujuan untuk mengubah informasi yang bersifat kualitatif menjadi bentuk yang lebih kuantitatif sehingga dapat diolah menggunakan teknik

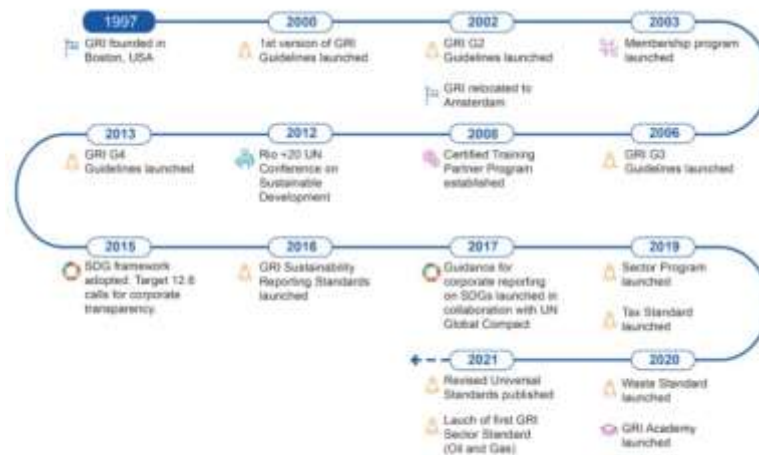
statistik. Dalam proses pengukuran ini, acuan informasi yang digunakan adalah panduan informasi dari *Sustainability Reporting Guidelines* yang diterbitkan oleh *Global Reporting Initiative (GRI)*.

Dengan menggunakan metode analisis konten, perusahaan dapat mengidentifikasi dan mengukur berbagai aspek dari kegiatan CSR yang mereka lakukan. Misalnya, mereka dapat menganalisis laporan keberlanjutan perusahaan dan mengekstrak data terkait dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan. Dengan menggunakan uji statistik, perusahaan dapat menganalisis data ini untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang kinerja CSR mereka

GRI Index adalah salah satu metode pengukuran CSR yang sangat populer dan telah banyak digunakan oleh 73% dari 250 perusahaan terbesar di dunia. GRI, yang pertama kali dikenal dengan sebutan GRI versi 1 atau GRI G1, pertama kali muncul pada tahun 2000 dan sejak itu mulai diadopsi oleh berbagai negara, termasuk Indonesia. Seiring berjalannya waktu, GRI mengalami beberapa perubahan yang signifikan.

GRI terus mengembangkan dan memperbarui kerangka kerjanya untuk mencerminkan perkembangan terbaru dalam bidang keberlanjutan dan CSR. Perubahan ini mencakup penyempurnaan metode pengukuran, penambahan indikator baru, dan penyesuaian dengan perubahan regulasi dan kebutuhan pelaporan. Versi terbaru GRI saat ini adalah *GRI Standards*, yang menggantikan versi sebelumnya dan memberikan panduan yang lebih komprehensif dan terstruktur bagi perusahaan dalam melaporkan kinerja CSR mereka.

Perubahan-perubahan ini merupakan upaya GRI untuk terus meningkatkan relevansi dan kredibilitas pengukuran CSR, sehingga perusahaan dapat lebih efektif dalam melaporkan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari kegiatan mereka.



Gambar 2. 1 Perubahan GRI (Global Reporting Initiative)

Sumber: www.esgi.ai

Mulai dari GRI G3 hingga GRI *Standard*, terdapat perbedaan jumlah indikator yang ada. Selain itu, indikator atau item yang diungkapkan dalam laporan CSR dikategorikan menjadi *core item* (wajib diungkapkan) dan *non-core item* (tidak wajib diungkapkan). Perusahaan memiliki opsi untuk hanya mengungkapkan *core item* atau mengungkapkan seluruh item yang tercantum dalam standar (*core dan non-core item*). Jumlah item dan masa berlaku dari setiap versi GRI dapat dilihat dalam bagan berikut:

Tahun	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
GRI	G3	G3	G3	G3	G4	G4	G4	G4	G4	G4	Standard

Gambar 2. 2 GRI Scoring

Sumber: www.esgi.ai

Perubahan ini mencerminkan upaya GRI untuk terus mengembangkan kerangka kerjanya agar lebih relevan dan dapat mengakomodasi kebutuhan pelaporan yang beragam dari perusahaan-perusahaan di seluruh dunia.

Menurut Lela Nurlaela (2019:21) pengukuran pengungkapan CSR yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

$CSRI_j$: *Corporate social responsibility* Indeks Perusahaan j

$\sum X_{ij}$: Total angka atau skor yang diperoleh oleh masing masing perusahaan.

Dengan metode dummy variabel: 1 jika item diungkapkan; 0= jika item diungkapkan.

N_j : Jumlah kriteria pengungkapan CSR untuk perusahaan.

Untuk indikatornya *Corporate social responsibility* dihitung berdasarkan standar GRI-G4. GRI-G4 menyediakan rerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dalam pelaporan, yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat.

Penelitian ini menggunakan pengukuran GRI G4 2018, Didalam GRI menyebutkan bahwa perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada standar disclosure yang kemudian ketiga dimensi tersebut diperluas menjadi 6 dimensi yaitu: ekonomi, lingkungan, praktik ketenaga kerjaan, dan kenyamanan bekerja, masyarakat, hak asasi manusia dan tanggung jawab atas produk. Dari ke enam dimensi terdapat 46 konstruk dan total seluruh item pengungkapan menurut GRI-G4 adalah 91 item. Diantaranya 9 item bidang ekonomi, 34 item bidang lingkungan, 16 item budang tenaga kerja, 12 item bidang HAM, 11 item bidang sosial, dan 9 item bidang produk. Berikut 91 item pengungkapan GRI-G4. (Lampiran 2)

2.1.2 Kajian Empiris

Penelitian sebelumnya telah dilakukan untuk menginvestigasi pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility (CSR)*, meskipun dengan judul yang berbeda dan hasil yang bervariasi. Hal ini menjadi motivasi utama untuk menyusun skripsi ini. Tabel 1.2 berikut ini menampilkan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang membahas tentang pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility Disclosure (CSR)*.

1. Andrayani, Devi (2016) “Pengaruh Profitabilitas, Umur Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility (Csr)* Disclosure (Studi Empiris pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang

Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014)” menyimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, namun ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Kata Kunci : pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas, umur dan ukuran perusahaan.

2. Phang, Veronika Fernanda (2017) “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2013-2015” Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan umur perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan secara parsial menunjukkan variabel independen ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan variabel independen profitabilitas dan ukuran dewan komisaris tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Ari Kristin Prasetyoningrum (2018) ” Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Efisiensi Biaya, Dan Umur Perusahaan Terhadap Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perbankan Syariah Di Indonesia” Hasil

penelitian menunjukkan bahwa faktor faktor keuangan dalam penelitian ini yaitu Ukuran Perusahaan (SIZE), Profitabilitas (ROA), *Leverage* (DER) dan Efisiensi Biaya (BOPO) terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap ISR, sedangkan faktor Usia Perusahaan (AGE)) terbukti secara statistik berpengaruh signifikan terhadap ISR.

4. Invicta Wulandari (2019) “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Periode Tahun 2013-2016” Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap indeks pengungkapan CSR, Ukuran perusahaan (size) berpengaruh positif dan signifikan terhadap indeks pengungkapan CSR, *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap indeks pengungkapan CSR, Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap indeks pengungkapan CSR, Proporsi dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap indeks pengungkapan CSR dalam laporan keuangan.
5. Kristianingsih, Depi (2019) “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Umur Perusahaan, Dan Dewan Pengawas Syariah Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2013 – 2018)”. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial ROA berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif

signifikan terhadap pengungkapan CSR. *Leverage* secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Usia perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan DPS berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

6. Ai Desy Indriyani, Willy Sri Yuliandhari (2020) “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dengan customized R2 sebesar 0,307093. Laba secara parsial berpengaruh positif, sedangkan ukuran perusahaan dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
7. Vivian, Yesika Wijaya, Florencia Charlie, Winnie, Devi, Namira Ufrida Rahmi (2020) “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2014-2018” Hasil penelitian secara parsial yang tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap penerapan *Corporate Social Responsibility* adalah profitabilitas, *Leverage*, dan dewan komisaris independen, sedangkan ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap penerapan *Corporate Social Responsibility*.

8. Yesi Benita, Endang Masitoh, AnitaWijayanti (2020) “Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan, Ukuran Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Perusahaan Manufaktur Di Bei Tahun 2016-2018)”. Berdasarkan hasil analisis diketahui pengaruh profitabilitas secara signifikan terhadap pengungkapan csr. Pengaruh pertumbuhan perusahaan (*growth*) secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Pengaruh ukuran perusahaan (*size*) secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. dan pengaruh umur perusahaan (*age*) secara signifikan terhadap pengungkapan csr pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2016-2018.
9. Lailatul Fitriyah (2020) “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) Disclosure Pada Perusahaan Sektor Property, Real Estate And Building Construction Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) profitabilitas secara parsial rofitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) Disclosure dengan nilai signifikan $0,042 < 0,05$. (2) ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) Disclosure dengan nilai signifikan $0,395 > 0,05$. (3) pertumbuhan perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) Disclosure dengan nilai signifikan $0,481 > 0,05$. (4) umur perusahaan secara

parsial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* dengan nilai signifikan $0,023 < 0,05$. (5) profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan umur perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* dengan nilai signifikan $0,049 < 0,05$.

10. Yulianti Tri Astuti, Enita Binawati (2020) ” Pengaruh Profitabilitas, Komisaris Independen, Umur Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Islamic Social Reporting* Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta *Islamic Indeks (JII) Periode Tahun 2013-2017*” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, komisaris independen dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR.
11. Rahmat Safar, Yuliana Endah (2021) “Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)” Hasil penelitian diketahui bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

12. Alike Shauma Pardanty, Willy Sri Yuliandhari (2021) “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Tahun 2015-2019)” Hasil dari penelitian ini adalah profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan, Ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada Bank Umum Syariah Tahun 2015-2019
13. Rina Dewi Oviliana, Satria Yudhia Wijaya, Subur Subur (2021) “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR” Diperoleh hasil dari pengujian ini variabel ukuran perusahaan dan umur perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan variabel tipe industri tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
14. Darmawan, Muhammad Dicky (2021) “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan terhadap Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)” Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (2) *Leverage* berpengaruh positif terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (3) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (4) Umur Perusahaan berpengaruh positif terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Kata Kunci: Profitabilitas, *Leverage*,

Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).

15. Indra Saputra, Rusmanto, Ilmiyatul Hikmah (2021) “Pengaruh Umur Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (Csr)* Pada Perusahaan Manufaktur Sub Makanan Dan Minuman Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2016– 2019” Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel usia dan ukuran perusahaan secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel umur dan ukuran secara bersama-sama mempengaruhi besarnya *Corporate Social Responsibility (CSR)* atas investasi yang dilakukan investor. Sedangkan R square, umur perusahaan dan ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebesar 86,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.
16. Nainggolan, Nathasia Margareth (2023) “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018- 2020” Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia di Indonesia. Bursa Efek Indonesia periode 2018 – 2020. *Leverage* berpengaruh positif

signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia di Bursa Efek Indonesia periode 2018 – 2020. Usia perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar. dan kimia di Bursa Efek Indonesia periode 2018 – 2020. Dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri. ar dan kimia di Bursa Efek Indonesia periode 2018 – 2020

17. Rahmayani, Luh Pasek Intan (2023) “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Publik Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Csr) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020” Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, kepemilikan publik dan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain yang secara teori berpengaruh terhadap pengungkapan CSR seperti ukuran dewan komisaris.
18. Hidayah, Khikmah (2023) “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

(CSR) (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2020)” Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan signifikansi sebesar 0,788. (2) Umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan signifikansi sebesar 0,000. dan (3) Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan signifikansi sebesar 0,656.

19. Caroline La Viola, Sekar Mayangsari (2023) “Pengaruh Kepemilikan Mayoritas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Perusahaan Yang Memenangkan *Corporate Social Responsibility Awards (ICSRA) 2021*)” penelitian ini menemukan bahwa pengungkapan CSR secara signifikan dipengaruhi oleh kepemilikan mayoritas, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan usia perusahaan secara bersamaan.
20. Santi, Nabila Amerta (2023) “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Size, Dan Umur Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan *Leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan size dan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Tabel 2. 3 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Rencana Penelitian Penulis

No	Peneliti, Tahun, Tempat	Persamaan penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber
1	ANDRAYANI, DEVI (2016) pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014	Variabel: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, CSR	Tempat Penelitian & Tahun penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, namun ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Kata Kunci : pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas, umur dan ukuran perusahaan.	Repository Hayam Wuruk Perbanas, 2015
2	Phang, Veronica Fernanda (2017) PADA PERUSAHAAN PERTAMANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2013-2015	Variabel: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, CSR	Variabel: Ukuran Dewan Komisaris Independen	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan umur perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Sedangkan secara parsial menunjukkan variabel independen ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen	eprints STIE Banjarmasin, 2017

No	Peneliti, Tahun, Tempat	Persamaan penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber
				pengungkapan corporate social responsibility dan variabel independen profitabilitas dan ukuran dewan komisaris tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen pengungkapan corporate social responsibility.	
3	Ari Kristin Prasetyoningrum (2018) Pada Perbankan Syariah Di Indonesia	Variabel : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Umur Perusahaan	Variabel: Leverage, efisiensi biaya, ISR dan tempat penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor faktor keuangan dalam penelitian ini yaitu Ukuran Perusahaan (SIZE), Profitabilitas (ROA), Leverage (DER) dan Efisiensi Biaya (BOPO) terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap ISR, sedangkan faktor Usia Perusahaan (AGE)) terbukti secara statistik berpengaruh signifikan terhadap ISR.	<i>Jurnal Of Islamic Banking And Finance</i> , Vol 2, No 2, EISSN 2654-8569
4	Invicta Wulandari (2019) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Periode Tahun 2013-2016	Variabel: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, CSR	Variabel: Leverage, Ukuran Dewan komisaris Independen dan Tempat Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap indeks pengungkapan CSR; (2) Ukuran perusahaan (size) berpengaruh positif dan signifikan terhadap indeks	Universitas Kristen Satya Wacana Institutional Repository, 2019

No	Peneliti, Tahun, Tempat	Persamaan penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber
				<p>pengungkapan CSR; (3) Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap indeks pengungkapan CSR; (4) Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap indeks pengungkapan CSR; (5) Proporsi dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap indeks pengungkapan CSR dalam laporan keuangan.</p>	
5	KRISTIANING SIH, DEPI (2019) Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2013 – 2018	Variabel: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, CSRD	Variabel : Leverage	<p>Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial ROA berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Leverage secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Usia perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan DPS berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.</p>	Repository Universitas Muhammadiyah Purwokerto (2019)

No	Peneliti, Tahun, Tempat	Persamaan penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber
6	Ai Desy Indriyani, Willy Sri Yuliandhari (2020) ada Perusahaan Indeks LQ 45 Non-Kuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018	Variabel: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, CSR	Tempat Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dengan customized R2 sebesar 0,307093. Laba secara parsial berpengaruh positif, sedangkan ukuran perusahaan dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.	Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi, Vol 6, No.1, Maret 2020, ISSN 2460-030X
7	Vivian, Yesika Wijaya, Florencia Charlie, Winnie, Devi, Namira Ufrida Rahmi (2020) PADA PERUSAHAAN PERTAMBAHAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2014 - 2018	Variabel: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, CSR	Variabel: Leverage, Ukuran Dewan komisaris Independen	Hasil penelitian secara parsial yang tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap penerapan Corporate Social Responsibility adalah profitabilitas, leverage, dan dewan komisaris independen, sedangkan ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap penerapan Corporate Social Responsibility.	Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi, Vol 4, No 3, Desember 2020

No	Peneliti, Tahun, Tempat	Persamaan penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber
8	Yesi Benita, Endang Masitoh, Anita Wijayanti (2020) Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei Tahun 2016-2018	Variabel: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, CSRD	Variabel; Pertumbuhan Perusahaan dan Tempat Penelitian	Berdasarkan hasil analisis diketahui pengaruh profitabilitas secara signifikan terhadap pengungkapan csr. Pengaruh pertumbuhan perusahaan (growth) secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Pengaruh ukuran perusahaan (size) secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. dan pengaruh umur perusahaan (age) secara signifikan terhadap pengungkapan csr pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2016-2018.	URNAL PENELITIAN EKONOMI DAN AKUNTANSI Vol 5, No 3 (2020)
9	LAILATUL FITRIYAH (2020) PADA PERUSAHAAN SEKTOR REAL ESTATE AND BUILDING CONSTRUCTION YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016-2019	Variabel: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, CSRD	Variabel; Pertumbuhan Perusahaan dan Tempat Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dengan nilai signifikan $0,395 > 0,05$. (3) pertumbuhan perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure	Yayasan Pendidikan Panca Sakti (2020)

No	Peneliti, Tahun, Tempat	Persamaan penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber
				<p>dengan nilai signifikan 0,481 > 0,05. (4) umur perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dengan nilai signifikan 0,023 < 0,05. (5) profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan umur perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Corporate Social dengan nilai signifikan 0,042 < 0,05. (2) ukuran perusahaan secara parsial tidak Responsibility (CSR) Disclosure dengan nilai signifikan 0,049 < 0,05.</p>	
10	<p>Yulianti Tri Astuti, Enita Binawati (2020) PADA PERUSAHAA N YANG TERDAFTAR DI JAKARTA ISLAMIC INDEKS (JII) PERIODE TAHUN 2013- 2017</p>	<p>Variabel: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, CSR</p>	<p>Variabel : Komisaris Independen dan tempat penelitian</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, komisaris independen dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR.</p>	<p>Jurnal Ekonomi dan Bisnis Aktual, Vol 17, No 1, (2020)</p>

No	Peneliti, Tahun, Tempat	Persamaan penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber
11	Rahmat Safar, Yuliana Endah (2021) Pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Variabel: Umur Perusahaan dan Ukuran Perusahaan	Variabel : Kinerja Keuangan dan tempat penelitian	Hasil penelitian diketahui bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan leverage berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.	Jurnal Rise Akuntansi dan Perbankan, Vol 15, No 1, 2021
12	Alika Shauma Pardanty, Willy Sri Yuliandhari (2021) Pada Bank Umum Syariah Tahun 2015-2019	Variabel: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan	Variabel: ISR dan Tempat Penelitian	Hasil dari penelitian ini adalah profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan, Ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) pada Bank Umum Syariah Tahun 2015-2019	eProceeding Of Management, Vol 8, No 16, (2021)

No	Peneliti, Tahun, Tempat	Persamaan penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber
13	Rina Dewi Oviliana, Satria Yudhia Wijaya, Subur Subur (2021) ada perusahaan non-keuangan di Indonesia	Variabel: Umur Perusahaan dan Ukuran Perusahaan	Variabel: Tipe Industri dan tempat penelitian	Diperoleh hasil dari pengujian ini variabel ukuran perusahaan dan umur perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan variabel tipe industri tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR	Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, Vol 2, No 1, 2021, ISSN 2722-1040
14	Darmawan, Muhammad Dicky (2021) Pada perusahaan tambang yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018	Variabel: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan	Variabel: Leverage	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (2) Leverage berpengaruh positif terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (3) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (4) Umur Perusahaan berpengaruh positif terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Kata Kunci: Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).	Unissula Institutional Repository (2021)

No	Peneliti, Tahun, Tempat	Persamaan penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber
15	Indra Saputra, Rusmanto, Ilmiyatul Hikmah (2021) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAPAT DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2016– 2019	Variabel: Umur Perusahaan dan Ukuran Perusahaan	Variabel: Profitabilitas	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel usia dan ukuran perusahaan secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR). Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel umur dan ukuran secara bersama-sama mempengaruhi besarnya <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) atas investasi yang dilakukan investor. Sedangkan R square, umur perusahaan dan ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) sebesar 86,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.	DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 14, No. 1, Maret 2021
16	Nainggolan, Nathasia Margareth (2023) pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018- 2020	Variabel: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan	Variabel: Dewan Komisaris Independen, Leverage dan tempat penelitian	Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia di Indonesia. Bursa Efek Indonesia periode 2018 – 2020. Leverage berpengaruh positif	Repository Institusi Universitas Sumatera Utara (2023)

No	Peneliti, Tahun, Tempat	Persamaan penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber
				<p>signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia di Bursa Efek Indonesia periode 2018 – 2020. Usia perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar. dan kimia di Bursa Efek Indonesia periode 2018 – 2020. Dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri. ar dan kimia di Bursa Efek Indonesia periode 2018 – 2020</p>	

No	Peneliti, Tahun, Tempat	Persamaan penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber
17	RAHMAYANI, LUH PASEK INTAN (2023) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2020	Variabel: Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan	Variabel: Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Publik dan tempat penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, kepemilikan publik dan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain yang secara teori berpengaruh terhadap pengungkapan CSR seperti ukuran dewan komisaris.	Repository Institusi UNMA S Denpasar (2023)
18	Hidayah, Khikmah (2023) Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2020	Variabel: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan	Variabel: waktu penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility dengan signifikansi sebesar 0,788. (2) Umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility dengan signifikansi sebesar 0,000. dan (3) Profitabilitas	Repository IAIN Kudus (2023)

No	Peneliti, Tahun, Tempat	Persamaan penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber
				tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility dengan signifikansi sebesar 0,656.	
19	Caroline La Viola, Sekar Mayangsari (2023) Pada PERUSAHAAN YANG MEMENANGKAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AWARDS (ICSRA) 2021	Variabel: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan	Variabel: Kepemilikan Mayoritas dan Tempat Penelitian	penelitian ini menemukan bahwa pengungkapan CSR secara signifikan dipengaruhi oleh kepemilikan mayoritas, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan usia perusahaan secara bersamaan.	Jurnal Ekonomi Trisakti, Vol. 2 No. 2 Oktober 2023
20	SANTI, NABILA AMERTA (2023) PADA PERUSAHAAN PERTAMANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)	Variabel: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan	Variabel: Leverage	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Sedangkan size dan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility.	Repository STIESA (2023)
<p>Ade Rahmat Kurnia (203403067) : Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018-2023. Dengan Indikator Profitabilitas (X1), Ukuran Perusahaan (X2), Umur Perusahaan (X3) dan Corporate Social Responsibility Disclosure (Y)</p>					

2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Totok Mardikanto (2018:92), *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis dan di dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan secara sukarela yang mengarah pada keberhasilan bisnis yang berkelanjutan.

Setiap perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memastikan akuntabilitas terhadap semua tindakan dan operasi yang dilakukan. Tanggung jawab ini meliputi berbagai pihak, seperti karyawan, pemegang saham, konsumen, pemerintah, dan masyarakat umum. Konsep yang mencakup tanggung jawab ini dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* atau CSR. Dalam CSR, perusahaan diharapkan untuk mengukur dan mempertanggungjawabkan dampak dari kegiatan mereka terhadap berbagai pihak yang terlibat. Dengan demikian, perusahaan diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dengan demikian, CSR menjadi upaya bagi perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya terhadap semua pihak yang terlibat dalam kegiatan perusahaan.

Corporate social responsibility (CSR) adalah konsep yang menyatakan bahwa organisasi, terutama perusahaan, memiliki tanggung jawab terhadap berbagai pihak yang berkepentingan, termasuk konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan. Tanggung jawab ini mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam semua aktivitas operasional perusahaan. Dalam praktiknya, CSR

merupakan upaya perusahaan untuk memenuhi tuntutan para pemangku kepentingan agar perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan pemegang saham, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan dan kepentingan pihak lain seperti pekerja, komunitas lokal, pemerintah, LSM, konsumen, dan lingkungan.

Teori yang mendukung penelitian ini adalah teori stakeholder. Menurut (Ghozali dan Chariri, 2007) teori stakeholder menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Untuk itu tanggungjawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas indikator ekonomi, harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial, baik internal maupun eksternal, karena kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan para stakeholder.

Berbagai penelitian terkait faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR telah banyak dilakukan. Salah satu faktor yang telah diteliti adalah Profitabilitas. Menurut Munawir (2019:33) dalam buku analisis keuangan definisi Profitabilitas atau profitability adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivasnya secara produktif, dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau modal perusahaan tersebut.

Profitabilitas yang kuat memberikan perusahaan akses lebih besar terhadap sumber daya yang dapat diinvestasikan dalam berbagai inisiatif terkait sosial, lingkungan, dan keberlanjutan. Perusahaan yang mampu mencatat keuntungan yang substansial memiliki kemampuan yang lebih besar untuk mendukung program-program CSR, seperti meningkatkan efisiensi energi, menjaga lingkungan, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan sejenisnya. Dalam konteks ini, profitabilitas yang baik memberikan insentif bagi perusahaan untuk meningkatkan transparansi dalam mengungkapkan upaya CSR mereka.

Hal ini didukung oleh penelitian tentang Profitabilitas terdapat hasil penelitian yaitu menurut Devi (2016), Phang, Veronica Fernanda (2017), Invicta Wulandari (2019), Ai Desy Indriyani, Willy Sri Yuliandhari (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Faktor lainnya yang telah diteliti dapat mempengaruhi CSRD adalah Ukuran Perusahaan. Menurut Jogiyanto (2013:282) Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara yaitu dengan total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain

Perusahaan yang besar cenderung akan menghadapi tekanan yang lebih besar dari masyarakat untuk menjalankan dan mengungkapkan kegiatan CSR. Hal ini disebabkan oleh tingkat visibilitas yang lebih tinggi dari perusahaan besar serta dampak yang lebih luas dari kegiatan operasional mereka terhadap masyarakat dan

lingkungan. Oleh karena itu, semakin besar perusahaan, semakin luas juga pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Hal ini didukung oleh penelitian tentang Ukuran Perusahaan terdapat hasil penelitian yaitu menurut Invicta Wulandari (2019), Vivian, Yesika Wijaya, Florencia Charlie, Winnie, Devi, Namira Ufrida Rahmi (2020), Rahmat Safar, Yuliana Endah (2021) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Selain itu faktor lainnya yang telah diteliti dapat mempengaruhi CSRD adalah Umur Perusahaan. Sumilat & Destriana (2017:133) menyatakan bahwa umur perusahaan adalah umur dari sebuah perusahaan dapat mengindikasikan sudah berapa lama perusahaan telah beroperasi, dengan asumsi bahwa semakin lama perusahaan beroperasi, semakin banyak informasi yang tersedia untuk publik mengenai perusahaan tersebut. Umur dari sebuah perusahaan juga dapat memengaruhi kinerja keuangan perusahaan karena perusahaan yang sudah berdiri lama dianggap memiliki pengalaman yang lebih bagus dan dapat memberikan informasi yang kredibel dan terpercaya.

Umur perusahaan menunjukkan berapa lama perusahaan tersebut dibentuk dan beroperasi. Semakin berjalannya waktu, masyarakat akan semakin familiar dengan perusahaan tersebut karena telah lama beroperasi. Perusahaan yang telah eksis dalam waktu yang lama, terutama dengan jam kerja yang intensif, akan mengakumulasi, mengelola, dan menghasilkan lebih banyak informasi tentang perusahaan (Andrayani,

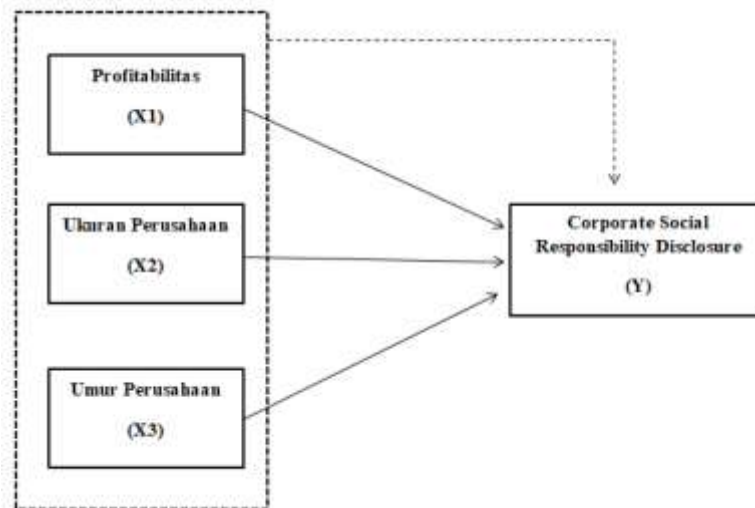
Devi , 2016). Pradana dan Suzan (2016:15) mengemukakan bahwa umur perusahaan menggambarkan lamanya suatu perusahaan didirikan dan menjalankan usahanya. Perusahaan yang sudah lama didirikan dapat dikatakan lebih profesional dalam menyampaikan informasi karena dianggap lebih berpengalaman. Selain itu, perusahaan yang telah lama didirikan cenderung memiliki komitmen yang kuat dalam melakukan kegiatan CSR dan pengungkapannya agar memperoleh kepercayaan dari pihak eksternal dan mampu bertahan ditengah persaingan yang semakin kuat. Ketepatan dalam pelaporan keuangan oleh perusahaan dipengaruhi oleh usia (yaitu pengembangan dan pertumbuhan).

Hal ini didasarkan dari teori kurva belajar. Karena itu, perusahaan profesional yang memiliki umur lebih tua cenderung lebih profesional dalam pengumpulan, pengolahan dan penyediaan informasi ketika diperlukan karena pengalaman perusahaan (Ansah, 2000: 12). Sehingga, dapat diartikan bahwa semakin lama perusahaan berdiri maka peluang perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR semakin tinggi dan mudah, hal tersebut karena perusahaan yang memiliki umur lebih lama dianggap lebih mengetahui informasi apa saja yang harus diungkap dalam laporan pertanggung jawaban sosial dan lingkungan sehingga informasi yang dihasilkan dapat bermanfaat bagi para pemangku kepentingan perusahaan dan dapat memberikan timbal balik yang positif bagi perusahaan (Santioso & Chandra, 2012:22).

Hal ini didukung oleh penelitian tentang Umur Perusahaan terdapat hasil penelitian yaitu menurut Hidayah, Khikmah (2023), Andrayani, Devi (2016),

Rahmayani, Luh Pasek Intan (2023) yang menyatakan bahwa Umur Perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Berikut penulis sajikan kerangka pemikiran mengenai pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.



———— : Secara Parsial

----- : Secara Bersama Sama

Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018:63) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah

dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka penulis merumuskan beberapa hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis 1 : Secara Simultan Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Hipotesis 2 : Secara Parsial Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*