BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa uraian penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai dasar dalam penelitian saat ini:

1. Fitri Aulia Arif dan Andi Wawo (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Aulia Arif dan Andi Wawo ini menggunakan topik pengaruh ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan, dan likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dan profitabilitas dalam memoderasi hubungan dari kedua variabel independen. Sampel perusahaan merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2011-2013. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan kriteria : (1) Perusahaan mengungkapkan CSR selama periode penelitian; (2) Perusahaan dengan laba positif selama periode penelitian.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel dependen. Variabel independen yang digunakan adalah (X_1) ukuran perusahaan dan (X_2) likuiditas dan dengan variabel moderesi (Z) profitabilitas. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah regresi linier berganda dan uji moderating dilakukan dengan uji MRA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh

variabel independen berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR dan profitabilitas mampu memoderasi likuiditas namun tidak mampu memoderasi ukuran perusahaan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Menggunakan pengungkapan CSR sebagai variabel dependen,
2) Menggunakan ukuran perusahaan dan likuiditas sebagai variabel independen,
3) Profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi,
4) Menggunakan alat uji analisis regresi berganda dan uji MRA,
5) Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif dengan sumber data berupa data sekunder,
6) Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur,
7) Metode pengambilan sampel pada penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan metode *purposive sampling.*

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Periode yang digunakan dalam penelitian saat ini yaitu selama 2013-2017, sedangkan penelitian terdahulu selama 2011-2013.

2. Meita Wahyu Rindawati dan Nur Fadjrih (2015)

Penelitian yang dilakukan oleh Meita Wahyu dan Nur Fadjrih ini menggunakan topik pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sedangkan sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2011-

2013. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampel yang bertujuan atau *purposive sampling*. Adapun kriteria pemilihan sampel yang ditentukan dalam penelitian ini, antara lain: (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2011-2013 secara berturut-turut; (2) Perusahaan manufaktur yang mengeluarkan laporan tahunan selama tahun 2011-2013 secara berturut-turut; (3) Perusahaan manufaktur yang mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan selama tahun 2011-2013 secara berturut-turut; (4) Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangannya dengan menggunakan mata uang Rupiah.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (X_1) profitabilitas, (X_2) ukuran perusahaan, (X_3) *leverage*. Penelitian ini menggunakan alat uji analisis regresi berganda. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa hanya variabel (X_1) profitabilitas yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan variabel lain yaitu (X_2) ukuran Perusahaan dan (X_3) *leverage* terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah:

1) Menggunakan pengungkapan CSR sebagai variabel dependen,
2) Menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel independen,
3) Sampel yang digunakan dalam penelitian terdahulu dan penelitian saat ini adalah perusahaan manufaktur,
4) Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif,
5) Menggunakan alat uji analisis regresi berganda.

Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah:

1) Penelitian terdahulu menggunakan profitabilitas sebagai variabel independen,
2) Penelitian saat ini menggunaka variabel moderasi yaitu profitabilitas,
3) Periode penelitian terdahulu adalah 2011-2013 dan penelitian saat ini adalah selama 2013-2017.

3. Rafika Anggraini dan Yulius Jogi (2014)

Penelitian yang dilakukan oleh Rafika Anggraini dan Yulius Jogi ini menggunakan topik pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah perusahaan semua sektor yang mendapat penghargaan ISRA dan listed di BEI selama periode 2013-2017. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah dengan metode *purposive sampling.* Adapun kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini adalah: (1) Perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012; (2) Perusahaan masuk kategori perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dari lembaga NCSR; (3) Perusahaan tersebut menerbitkan *sustainability report* periode 2010-2012; (4) Terdapat pengungkapan sosial yang sudah diindeks oleh NCSR dalam *sustainability report*-nya; (5) Memiliki laporan keuangan atau laporan tahunan periode 2010-2012.

Penelitian ini menggunakan data sekunder dan alat uji yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah (X_1) profitabilitas, (X_2) likuiditas dan (X_3) *leverage*. Hasil

dari pengujian yang telah dilakukan menyatakan bahwa seluruh variabel independen yaitu (X_1) profitabilitas, (X_2) likuiditas dan (X_3) *leverage* terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah:

1) Menggunakan pengungkapan CSR sebagai variabel dependen,
2) Penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan likuiditas sebagai varaibel independen,
3) Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan sumber data berupa data sekunder,
4) Menggunakan alat uji analisis regresi berganda,
5) Metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive *sampling.*

Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu:

1) Penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur,
2) Penelitian terdahulu menggunakan periode selama 2010-2012 dan penelitian saat ini menggunakan periode selama 2013-2017,
3) Penelitian saat ini menggunakan varaibel moderasi yaitu profitabilitas,
4) Penelitian terdahulu menggunakan profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel independen.

4. Decky Dermawan dan Tita Deitiana (2014)

Penelitian yang dilakukan oleh Decky Dermawan dan Tita Deitiana ini mengambil topik faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh variabel independen yang digunakan terhadap pengungkapan tanggung

jawab sosial. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan tambang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tiga tahun yaitu selama periode 2010-2012. Pemilihan sampel menggunakan pemilihan sampel berdasarkan kriteria atau menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria: (1) Perusahaan yang bergerak pada industri pertambangan yang konsisten terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012; (2) Perusahaan mempunyai laporan keuangan tahunan periode 2010-2012 dengan lengkap; (3) Perusahaan mempunyai laman yang bisa diakses masyarakat umum. Variabel independen yang digunakan adalah (X_1) profitabilitas, (X_2) ukuran perusahaan, (X_3) kepemilikan publik, (X_4) dewan komisaris. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel (X_2) ukuran perusahaan terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Variabel (X_1) profitabilitas, (X_3) kepemilikan publik, (X_4) dewan komisaris terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR., sehingga hanya ukuran perusahaan saja yang terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Menggunakan pengungkapan CSR sebagai variabel dependen,
2) Menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel independen,
3) Metode pengambilan sampel metode *purposive sampling*,
4) Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif dan dengan data sekunder sebagai sumber data.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Penelitian terdahulu menggunakan profitabilitas, kepemilikan publik, dewan komisaris sebagai variabel independen,

2) Penelitian saat ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi,
3) Penelitian terdahulu menggunakan perusahaan pertambangan sebagai sampel dan penelitian saat ini menggunakan perusahaan manufaktur,
4) Periode penelitian terdahulu menggunakan periode 2010-2012 dan penelitian saat ini menggunakan periode 2013-2017.

5. Majeed *et al.* (2014)

Penelitian yang Penelitian yang dilakukan oleh Majeed *at al.* ini menggunakan topik faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*). Penelitian ini menggunakan sampel 100 perusahaan Pakistan yang terdaftar di Karachi Stock Exchange (KSE) dengan kriteria mempunyai data laporan tahunan selama lima tahun (2007-2011). Beberapa perusahaan dimana laporan tahunan yang dipublikasikan hanya mengandung informasi keuangan, peneliti mengirim email ke kantor pusat untuk meminta laporan tahunan yang lengkap. Hasilnya seluruh perusahaan yang terdaftar dalam indeks KSE 100 diuji dalam penelitian ini. Variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini adalah (X_1) ukuran perusahaan (*size*), (X_2) profitabilitas, dan (X_3) kepemilikan publik.

Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dan hipotesis yang terdiri dari uji F (Anova) untuk uji simultan dan uji t untuk uji parsial. Pengujian yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa secara parsial semua variabel independen yaitu (X_1) ukuran perusahaan, (X_2) profitabilitas, dan (X_3) kepemilikan publik terbukti memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Menggunakan pengungkapan CSR sebagai variabel dependen,
2) Menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel independen,
3) Alat uji yang digunakan adalah analisis regresi berganda,
4) Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Periode yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah 2007-2011 dan pada penelitian saat ini menggunakan periode 2013-2017,
2) Penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sampel penelitian terdahulu adalah perusahaan di KSE,
3) Penelitian saat ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi,
4) Penelitian sebelumnya menggunakan profitabilitas sebagai variabel independen.

6. Vitezic *et al.* (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Vitezic *et al.* ini menggunakan topik faktor-faktor yang berdampak terhadap kelangsungan usaha dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk meneliti hubungan antara kelangsungan usaha dan penggungkapan tanggung jawab sosial yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Sampel yang digunakan adalah 42 perusahaan di Kroasia terdiri dari 22 perusahaan besar yang melaporkan aktivitas tanggung jawab sosial dan 20 perusahaan besar yang tidak melaporkan aktivitas tanggung jawab sosial selama periode 2002-2010. Sampel akhir dalam penelitian ini terdiri dari 345 data.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah (X_1) ukuran perusahaan dan (X_2) profitabilitas. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Berdasarkan teori sinyal, penelitian ini menduga bahwa perusahaan dengan laba tinggi mempunyai insentif kuat untuk mengungkapkan informasi dan aktivitas sosial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (X_1) ukuran perusahaan dan (X_2) profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini menyatakan bahwa perusahaan dengan kinerja keuangan yang lebih baik dan ukuran perusahaan yang lebih besar lebih waspada dalam kinerja sosial perusahaan mereka dan melaporkannya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Menggunakan CSR sebagai variabel dependen,
2) Menggunakan ukuran perusahaan sebagai varibael independen,
3) Jenis penelitian yang dilakukan peneliti ini ialah penelitian kuantitatif,
4) Data yang digunakan merupakan data sekunder,
5) Menggunakan alat uji analisis regresi berganda.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Periode yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah 2002-2010 dan pada penelitian saat ini adalah 2013-2017,
2) Penelitian terdahulu menggunakan sampel berupa perusahaan-perusahaan yang melakukan dan tidak melakukan CSR yang berada di Kroasia, dan penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur,
3) Penelitian saat ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi,

4) Penelitian saat ini menggunakan likuiditas sebagai variabel independen.

7. Linda Santioso dan Erline Chandra (2012)

Penelitian yang dilakukan oleh Linda Santioso dan Erline Chandra ini mengambil topik pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan dewan komisaris independen dalam pengungkapan *corporate social responsibility*. Populasi dari penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2008-2010. Teknik pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut: (1) Perusahaan mempublikasikan *annual report* selama tahun 2008 sampai 2010 baik di situs perusahaan maupun di situs Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut; (2) Perusahaan tidak mengalami kerugian secara berturut-turut dalam mengelola usahanya; (3) Perusahaan menyajikan ikhtisar keuangan dalam mata uang rupiah; (4) Perusahaan menerapkan dan mengungkapkan laporan mengenai tanggung jawab sosial dalam *annual report* tahun 2008-2010. Berdasarkan kriteria tersebut maka sampel yang diperoleh adalah sebanyak 45 perusahaan selama tiga tahun berturut-turut dari total 151 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (X_1) profitabilitas; (X_2) ukuran perusahaan; (X_3) umur perusahaan; (X_4) proporsi dewan komisaris.

Penelitian ini menggunakan alat uji analisis regresi berganda. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel (X_1) profitabilitas; (X_2) ukuran perusahaan dan (X_4) proporsi dewan komisaris terbukti berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan

tanggung jawab sosial, sedangkan variabel lain yaitu (X_3) umur perusahaan terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah:

1) Menggunakan pengungkapan CSR sebagai variabel dependen,
2) Menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel independen,
3) Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif,
4) Metode pengambilan sampel yang digunakan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini adalah metode *purposive sampling*,
5) Menggunakan perusahaan manufaktur sebagai sampel.

Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah:

1) Penelitian terdahulu menggunakan profitabilitas, proporsi dewan komisaris independen, dan umur perusahaan sebagai variabel independen,
2) Penelitian terdahulu menggunakan periode selama 2008-2010 dan penelitian saat ini menggunakan periode selama 2013-2017,
3) Penelitian saat ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi, sedangkan penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel moderasi.

8. Ahmad Kamil dan Antonius Herusetya (2012)

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Kamil dan Antonius Herusetya ini menggunakan topik pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan kegiatan *corporate social responsibility*. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2008-2009. Metode pemilihan sampel yang digunkan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria : (1) Perusahaan yang tergolong dalam industri

manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode Januari 2008 sampai Desember 2009; (2) Perusahaan mengungkapkan program CSR dalam pelaporan keuangan tahunan perusahaan, baik pada tahun 2008 dan 2009; (3) Perusahaan mempublikasikan laporan keuangannya di BEI dan *website* perusahaan pada periode penelitian secara berturut-turut dan menyediakan laporan tahunan lengkap selama periode penelitian.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR. Variabel independen yang digunakan adalah (X_1) Profitabilitas; (X_2) Likuiditas; (X_3) Solvabilitas; dan (X_4) Ukuran perusahaan. Alat uji yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel (X_4) yaitu ukuran perusahaan yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan variabel indepenen lain yaitu (X_1) profitabilitas, (X_2) likuiditas, dan (X_3) solvabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Menggunakan CSR sebagai varibel dependen,
2) Menggunakan ukuran perusahaan dan likuiditas sebagai variabel independen,
3) Menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan tahunan,
4) Sampel yang digunakan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini adalah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI,
5) Metode pengambilan sampel yang digunakan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini adalah metode *purposive sampling,*
6) Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian kuantitatif,

7) Menggunakan alat uji analisis regresi berganda.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Periode yang digunakan pada penelitian ini adalah 2013-2017,
2) Penelitian terdahulu menggunakan profitabilitas sebagai variabel independen,
3) Penelitian saat ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

9. Maria Wijaya (2012)

Penelitian yang dilakukan oleh Maria Wijaya ini meneliti faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Peneliti berfokus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan menggunakan periode penelitian selama 2008-2010. Peneliti memilih perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur cenderung memiliki dampak lebih besar terhadap lingkungan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria : (1) Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan lengkap selama periode 2008-2010; (2) Perusahaan yang terdaftar di PROPER selama periode 2008-2010.

Alat uji yang digunakan dalam penelitian yang dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Variabel dependen yang digunakan adalah pengungkapan CSR. Variabel independen adalah (X_1) ukuran dewan komisaris, (X_2) ukuran perusahaan, (X_3) profitabilitas. Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa (X_1) ukuran dewan komisaris terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan variabel (X_2) ukuran perusahaan dan (X_3) profitabilitas terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Menggunakan CSR sebagai variabel dependen,
2) Menggunakan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel independen,
3) Menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan tahunan yang diakses melakui *website* Bursa Efek Indonesia,
4) Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian terdahulu dan penelitian saat ini adalah metode *purposive sampling*,
5) Sampel yang digunakan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini adalah perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar di BEI,
6) Jenis penelitian yang dilakukan peneliti ini ialah penelitian kuantitatif.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Periode yang digunakan pada penelitian saat ini adalah 2013-2017,
2) Penelitian terdahulu menggunakan variabel ukuran dewan komisaris dan profitabilitas sebagai variabel independen,
3) Penelitian saat ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

10. Theodora Martina (2012)

Penelitian yang dilakukan Theodora Martina ini mengambil topik pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Sampel yang digunakan adalah 20 perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI selama tahun 2012. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR. Variabel independen adalah (X_1) *size*, (X_2) profitabilitas, (X_3) ukuran dewan komisaris. Penelitian ini menggunakan alat uji analisis regresi berganda. Pengujian yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa variabel (X_2)

profitabilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan (X_1) *size* dan (X_3) ukuran dewan komisaris terbukti tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Menggunakan CSR sebagai variabel dependen,
2) Menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel independen,
3) Menggunakan data sekunder yang diakses melalui *website* Bursa Efek Indonesia (BEI),
4) Jenis penelitian yang dilakukan peneliti ini ialah penelitian kuantitatif,
5) Menggunakan alat uji analisis regresi berganda.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan pada sektor pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) dan penelitian saat ini menggunakan sampel sektor manufaktur yang terdaftar di BEI,
2) Periode penelitian yang digunakan pada penelitian saat ini adalah 2013-2017,
3) Penelitian saat ini menggunakan likuiditas sebagai variabel independen,
4) Penelitian saat ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

11. Arief Rahman (2012)

Penelitian yang dilakukan oleh Arief Rahman ini menggunakan topik analisis karakteristik perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2008-2012. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* dengan kriteria : (1) Laporan

tahunan yang lengkap, (2) Memiliki NPM positif, (3) Memiliki kepemilikan manajerial lebih dari 50%, (4) Memiliki tahun buku yang berakhir 31 desember.

Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Variabel independen yang digunakan adalah: (X_1) kepemilikan manajerial, (X_2) profil, dan (X_3) ukuran perusahaan. Pengujian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa hanya variabel (X_2) profil perusahaan yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR sedangkan variabel lain yaitu (X_1) kepemilikan manajerial dan (X_3) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Menggunakan CSR sebagai variabel dependen,
2) Menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel independen,
3) Menggunakan sumber data berupa data sekunder,
4) Jenis penelitian yang dilakukan peneliti ini adalah penelitian kuantitatif,
5) Sampel yang digunakan adalah perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar di BEI,
6) Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*,
7) Menggunakan analisis regresi berganda sebagai alat uji.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1) Penelitian saat ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi dan likuiditas sebagai variabel independen,
2) Periode yang digunakan dalam penelitian saat ini adalah 2013-2017,
3) Penelitian saat ini menggunakan likuiditas sebagai variabel independen.

Tabel 2.1
MATRIKS RISET

No	Peneliti (Tahun)	Dependen	Independen		Moderasi Profitabilitas	
			Likui-ditas	*Size*	Likui-ditas	*Size*
1	Fitri & Andi (2016)	Pengungkapan CSR	S	S	M	TM
2	Meita Wahyu & Nur Fadjrih (2015)			TS		
3	Rafika & Yulius Jogi (2014)		TS	TS		
4	Decky & Tita (2014)			S		
5	Majeed *et al.* (2014)			S		
6	Vitezic *et al.* (2013)			S		
7	Linda & Erline (2012)			S		
8	Ahmad & Antonius (2012)		TS	S		
9	Maria Wijaya (2012)			S		
10	Theodora Martina (2012)			TS		
11	Arief Rahman (2012)			TS		

Sumber: data diolah

2.2 Landasan Teori

Berikut merupakan uraian teori yang digunakan dan menjadi landasan dalam penelitian ini :

2.2.1 Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya (Septian, 2013). Secara umum, teori legitimasi menunjukkan bahwa pengungkapan sosial adalah fungsi langsung dari tekanan sosial yang dihadapi oleh perusahaan (Behram, 2015). Teori legitimasi dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan perusahaan layak dan sesuai dengan norma, nilai, dan kepercayaan yang dikembangkan secara sosial (Behram, 2015). Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplementasikan antara perusahaan dan masyarakat. Kontrak sosial tersebut didefinisikan sebagai ekspektasi yang dimiliki masyarakat tentang bagaimana perusahaan harus melakukan operasinya (Deegan 2007:123 dalam Behram, 2015). Kurangnya legitimasi akan membuat perusahaan kurang dapat dipercaya dan dengan demikian akan kecil kemungkinannya untuk meyakinkan pemegang saham untuk bertahan, sementara perusahaan yang mendapat dan mempertahankan legitimasi dipandang sebagai perusahaan yang dapat dipercaya (Behram, 2015). Adanya perbedaan persepsi antara kinerja perusahaan dengan ekspektasi masyarakat akan menimbulkan legitimasi *gap* (Sethi, 1977 dalam Behram, 2015).

Haidi (2012:87) dalam Sukmawati (2013) berpendapat bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat

kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Teori legitimasi memprediksikan bahwa perusahaan akan melakukan apapun yang diperlukan untuk mempertahakan reputasi mereka. Cho dan Patten (2007) dalam Behram (2015) menemukan bahwa perusahaan dalam industri yang sensitif secara lingkungan kemungkinan besar akan merespon tekanan untuk bertindak transparan dengan menerbitkan informasi di laporan tahunan mereka. Kuo dan Chen (2013) dalam Behram (2015) mengindikasikan bahwa perusahaan dari industri yang sensitif secara lingkungan dapat meningkatkan legitimasi mereka secara signifikan dengan menerbitkan laporan CSR.

Legitimasi publik memaksa untuk melakukan pengungkapan secara rinci, tetapi tiap entitas bisnis memiliki pertimbangan tersendiri dalam menetukan luas pengungkapan tanggung jawab sosialnya (Aditya dan Novrys, 2016). Ghozali dan Chariri (2007) dalam Rafika dan Yulius (2012) mengatakan bahwa kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Praktik pengungkapan sosial dan lingkungan juga dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh yang baik maupun dampak yang buruk (Rafika dan Yulius, 2014).

Menurut penjelasan diatas, maka konsep CSR merupakan cara yang tepat bagi perusahaan untuk mendapatkan legitimasi maupun untuk mempertahankan legitimasi. Perusahaan yang melakukan aktivitas CSR dapat

diartikan bahwa perusahaan melakukan aktivitas operasinya berdasarkan nilai dan norma yang dikembangan oleh masyarakat.

2.2.2 Teori *Stakeholder*

Stakeholder merupakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan baik internal maupun eksternal, yang meliputi karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat, pemerintah selaku regulator, pemegang saham, kreditur, pesaing, dan lain-lain yang memiliki hubungan baik mempengaruhi maupun dipengaruhi (Agus, 2011). Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (Agus, 2011). Perusahaan hendaknya memperhatikan kepentingan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan (Meita dan Nur, 2015). Mitchell *et al* (1997) dalam Hoffman (2007) dalam Agus (2011) menyatakan bahwa berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan memiliki tanggung jawab kepada setiap kelompok atau individu yang dapat atau telah terpengaruh oleh kewajiban yang dimiliki oleh perusahaan. Terdapat sejumlah *stakeholder* yang ada di masyarakat, dengan adanya pengungkapan CSR merupakan cara untuk mengelola hubungan organisasi dengan kelompok *stakeholders* yang berbeda. Tujuan utama dari perusahaan adalah menyeimbangan konflik antara *stakeholder* (Rafika dan Yulius, 2014).

Teori *stakeholder* berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk mengatur *stakeholder*-nya (Gray *et al.*, 1997 dalam Ghozali dan

Chariri, 2007 dalam Agus, 2011). Cara-cara yang dilakukan perusahaan untuk mengatur *stakeholder*-nya tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan (Ullman, 1985 dalam Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Agus, 2011). Perusahaan dapat mengadopsi strategi yang aktif atau pasif (Agus, 2011). Menurut Agus (2011) yang dimaksud startegi aktif adalah apabila perusahaan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder* yang dipandang berpengaruh. Hal ini menunjukkan strategi aktif tidak hanya mengidentifikasikan *stakeholder* tetapi juga menentukan *stakeholder* mana yang memiliki kemampuan dalam mempengaruhi alokasi sumber ekonomi ke dalam perusahaan. Perhatian yang besar terhadap *stakeholder* akan mengakibatkan tingginya tingkat pengungkapan informasi sosial dan tingginya kinerja sosial perusahaan. Agus (2011) juga menyatakan bahwa perusahaan yang mengadopsi strategi pasif cenderung tidak terus menerus memonitor aktivitas *stakeholder* dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian *stakeholder*. Akibatnya adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan tersebut.

Guthrie *et al*. (2004) dalam Erwansyah (2009) dalam Agus (2011) menyatakan bahwa manajemen perusahaan diharapkan untuk melakukan aktivitas sesuai dengan yang diharapkan *stakeholder* dan melaporkannya kepada *stakeholder*. Teori ini menyatakan bahwa para *stakeholder* memiliki hak untuk mengetahui semua informasi baik informasi *mandatory* maupun *voluntary* serta informasi keuangan dan non-keuangan. Dampak aktivitas perusahaan kepada *stakeholder* dapat diketahui melalui pertanggung jawaban yang diberikan

perusahaan berupa informasi keuangan maupun non-keuangan (sosial) (Agus, 2011).

2.2.3 *Corporate Social Responsibility*

Rumusan CSR dari *The World Business Council for Sustainable Development* yaitu CSR merupakan komitmen berkelanjutan perusahaan untuk bertindak secara etis dan berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat luas (Dwi Kartini, 2013:3). Ide dasar dari CSR adalah bahwa perusahaan harus bertanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan dalam operasinya. Idealnya, dampak negatif operasi perusahaan harus ditekan sampai titik nol, namun dikarenakan kondisi ideal itu sangatlah sulit dicapai, maka yang harus dilakukan adalah meminimalisir dampak negative (Dwi Kartini, 2013:3). Konsep *triple bottom line* yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997 memberikan suatu terobosan besar bagi perkembangan CSR pada era 90-an hingga sekarang (Hadi, 2011 dalam Agus 2011). Konsep triple bottom line menjelaskan bahwa CSR memiliki tiga elemen penting:

1. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap *profit*, yaitu untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.
2. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap *people*, yaitu memberikan kesejahteraan kepada karyawan dan masyarakat.
3. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap *planet*, yaitu untuk menjaga dan meningkatkan kualitas alam serta lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi.

Ketentuan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 pasal 15 huruf (b) (Linda dan Erline, 2012). Interaksi perusahaan dengan lingkungan dan komunitas sosial berarti perusahaan tersebut memelihara reputasi dan legitimasi perusahaan (Linda dan Erline, 2012). Pengaturan CSR juga bertujuan untuk membangun ekonomi yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas lingkungan (Wahyudi dan Azheri, 2008 dalam Ni Wayan, 2011).

Pengukuran dilakukan dengan menggunakan *content analysis.* Apabila item informasi yang ditetapkan ada dalam laporan akan diberi nilai 1, jika tidak dilaporkan akan diberi nilai 0. Item-item tersebut berdasarkan standar yang ditetapkan oleh *Global Reporting Initiatives* (*GRI*) dengan versi GRI-G4.

2.2.4 Likuiditas

Rasio likuiditas bertujuan menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran keuangannya (Rafika dan Yulius, 2014). Penelitian ini menggunakan rasio lancar untuk mengukur likuiditas. Rasio lancar yang lebih aman adalah berada diatas 1 atau diatas 100% (Sofyan, 2013:301). Perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang aman dianggap mampu untuk mengelola bisnisnya, sehingga menghasilkan tingkat resiko yang rendah (Rafika dan Yulius, 2014). Perusahaan tersebut merupakan gambaran keberhasilan perusahaan dalam membayar kewajiban-kewajiban jangka pendeknya tepat waktu. Hal ini tentunya menunjukkan kemampuan perusahaan yang kredibel sehingga menciptakan *image*

positif dan kuat melekat pada perusahaan. *Image* positif tersebut semakin memungkinkan pihak *stakeholders* untuk selalu ada pada pihak perusahaan atau mendukung perusahaan tersebut. Salah satu bentuk apresiasi yang akan ditunjukkan perusahaan untuk menambah kepercayaan dan *image* positif yang telah ada adalah dengan mempublikasikan informasi tambahan yang merepresentatifkan kegiatan perusahaan yang peduli terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan (Rafika dan Yulius, 2014). Perusahaan yang secara *financial* memiliki tingkat likuiditas yang kuat, maka perlu mengungkapkan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan kuatnya kinerja (Fitri dan Andi, 2016). Perusahaan dengan rasio likuiditas kuat juga akan memberikan informasi sosial guna memberikan *good news* kepada para pembaca untuk menaikkan citra dan menarik investor (Fitri dan Andi, 2016).

2.2.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang mengukur besar atau kecilnya perusahaan (Decky dan Tita, 2014). Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan lebih untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosialnya, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar akan lebih banyak meungkapkan informasi aktivitas mereka (Decky dan Tita, 2014).

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan berusaha mendapatkan pengakuan publik bahwa usaha yang telah dilakukan perusahaan adalah benar

(Magness, 2006 dalam Aditya dan Novrys, 2016). Semakin besar sumber daya yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar upaya perusahaan untuk memperoleh legitimasi dari seluruh pemangku kepentingan perusahaan (Aditya dan Novrys, 2016). Menurut Cowen *et al* (1987) dalam Aditya dan Novrys (2016), perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh lebih besar terhadap komunitas sosial akan memiliki pemegang saham yang lebih memperhatikan program sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan laporan tahunan yang dipublikasi akan digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. Secara teoritis, perusahaan yang lebih besar tidak akan lepas dari tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial, sehingga perusahaan besar akan cenderung lebih banyak mengungkapkan informasi sosial dibandingkan perusahaan yang lebih kecil (Thio, 2014).

2.2.6 Profitabilitas

Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, jumlah cabang, dan sebagainya (Sofyan, 2013:304). Profitabilitas positif menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, dan dengan laba yang baik perusahaan memiliki cukup dana menyajikan pengungkapan yang lebih luas (Meita dan Nur, 2015). Suatu perusahaan yang memiliki profit lebih besar diharapkan lebih aktif melaksanakan CSR. Perusahaan yang mempunyai kondisi keuangan yang kuat, juga akan mendapatkan tekanan yang lebih dari pihak eksternal perusahaan untuk lebih mengungkapkan pertanggung jawaban sosialnya secara luas (Heni, 2013). Perusahaan yang mampu memperoleh laba akan

mengungkapkan lebih banyak informasi, dimana perusahaan berusaha menunjukkan bukti bahwa laba yang diperoleh diikuti dengan aktivitas yang memulihkan kondisi lingkungan (Aditya dan Novrys, 2016). Agus (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang memperoleh laba akan menggungkapkan lebih banyak informasi dikarenakan perusahaan memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan kepada kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Penelitian ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan rasio *return on asset* (ROA). ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aktiva tertentu atau dapat dikatakan pula bahwa ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan setiap rupiah aktiva yang digunakan (Agus, 2011).

2.2.7 Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan CSR

Perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang aman dianggap mampu untuk mengelola bisnisnya, sehingga menghasilkan tingkat resiko yang lebih rendah (Rafika dan Yulius, 2014). Perusahaan tersebut merupakan gambaran keberhasilan perusahaan dalam membayar kewajiban-kewajiban jangka pendeknya tepat waktu. Hal ini tentunya menunjukkan kemampuan perusahaan yang kredibel sehingga menciptakan *image* positif dan kuat melekat pada perusahaan. *Image* positif yang dimiliki perusahaan tersebut semakin memungkinkan pihak *stakeholders* untuk selalu ada pada pihak perusahaan atau mendukung perusahaan tersebut. Salah satu bentuk apresiasi yang akan ditunjukkan perusahaan untuk menambah kepercayaan dan *image* positif yang

telah ada adalah dengan mempublikasikan informasi tambahan yang merepresentatifkan kegiatan perusahaan yang peduli terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan (Rafika dan Yulius, 2014).

Berdasarkan teori *stakeholder*, pengungkapan CSR dilakukan untuk menyeimbangkan konflik antar *stakeholder* (Rafika dan Yulius, 2014). Adanya pengungkapan CSR akan membuat *stakeholder* dapat mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*. Artinya, perusahaan memberikan manfaat kepada *stakeholder* dikarenakan perusahaan memperhatikan hak *stakeholder* untuk mengetahui informasi perusahaan.

Hubungan antara likuiditas dan pengungkapan CSR juga didasari oleh teori legitimasi, dimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial membantu perusahaan memperoleh legitimasi dan menjadikan perusahaan menjadi perusahaan yang dipercaya oleh sosial. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Andi (2016) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2.2.8 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan lebih untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosialnya, sehingga perusahaan yang

memiliki ukuran lebih besar akan lebih banyak meungkapkan informasi aktivitas mereka (Decky dan Tita, 2014). Luasnya tingkat pengungkapan CSR merupakan bentuk respon perusahaan terhadap tekanan yang diterimanya.

Perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi yang luas, artinya perusahaan memiliki perhatian yang besar kepada *stakeholder* dan menghargai hak *stakeholder* untuk mengetahui informasi perusahaan baik informasi keuangan maupun informasi non-keuangan. Selain memberikan manfaat bagi *stakeholder*, perusahaan menerima keuntungan positif yaitu mendapatkan legitimasi dari masyarakat dikarenakan aktivitas perusahaan yang selaras dengan kepercayaan yang dikembangkan secara sosial. Beberapa penelitian telah menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian Decky dan Tita (2014) dan Maria (2012) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan, namun hasil penelitian yang dilakukan Rafika dan Yulius (2014) dan Theodora (2008) menunjukkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2.2.9 Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan CSR

Perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang aman dianggap mampu untuk mengelola bisnisnya, sehingga menghasilkan tingkat resiko yang rendah. Hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan yang kredibel sehingga menciptakan *image* positif (Fitri dan Andi, 2016). Salah satu bentuk apresiasi yang akan ditunjukkan perusahaan untuk menambah kepercayaan dan *image*

positif yang telah ada adalah dengan mempublikasikan informasi CSR. Ketika perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba, perusahaan akan menguatkan *image* positif yang telah dimiliki dan perusahaan dianggap memiliki cukup dana untuk menyajikan pengungkapan yang lebih luas, sehingga perusahaan akan mengungkapkan lebih banyak informasi CSR dikarenakan kondisi perusahaan yang baik.

Pengungkapan informasi yang luas akan membuat hak *stakeholder* untuk mengetahui informasi perusahaan terpenuhi baik informasi keuangan dan informasi non-keuangan dan perusahaan dapat menghindari konflik sosial sehingga perusahaan akan mendapatkan maupun meningkatkan legitimasi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Andi (2016), dapat dibuktikan bahwa profitabilitas mampu memoderasi likuiditas terhadap pengungkapan CSR.

2.2.10 Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

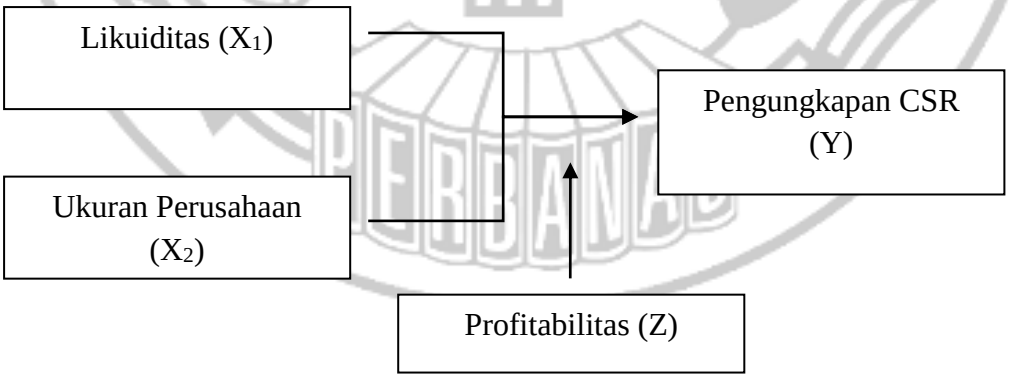
Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan lebih untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosialnya, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar akan lebih banyak meungkapkan informasi aktivitas mereka (Decky dan Tita, 2014).

Perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar cenderung lebih mampu mengahasilkan laba dari kegiatan operasional sehari-hari. Perusahaan dengan

tingkat profitabilitas yang lebih tinggi mempunyai kandungan informasi yang lebih tinggi pula terutama laba. Tingkat profitabilitas yang lebih tinggi tersebut membuat perusahaan lebih mampu untuk melaksanakan dan mengungkapkan lebih banyak informasi CSR. Semakin luas pengungkapan informasi tanggung jawab sosial artinya semakin tinggi perhatian perusahaan kepada *stakeholder*. Perusahaan juga akan mendapat legitimasi dengan masyarakat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Andi (2016), profitabilitas tidak mampu memoderasi ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan, maka dapat disusun kerangka pemikiran teoritis dengan menggabungkan antara variabel independen dan variabel moderasi dengan variabel dependen sebagai berikut:



Sumber : diolah

Gambar 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka dapat dirmuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H_1 : Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H_2 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H_3 : Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan CSR

H_4 : Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
STIE
PERBANAS