

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tentu tidak lepas dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti lain sehingga penelitian yang akan dilakukan memiliki keterkaitan yang sama beserta persamaan maupun perbedaan dalam objek yang akan diteliti.

1. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pertama penelitian Kristina Aprilani Putri (2019), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel seperti profitabilitas, likuiditas, dan leverage atas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). Sampel pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI yang mempublikasikan laporan tahunan atau *Annual Report* secara berturut – turut selama empat tahun (2014 – 2017) sebanyak 27 perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan hal itu secara bersamaan Profitabilitas (ROE), Likuiditas (Current Ratio) dan Leverage (DER) berpengaruh positif signifikan berpengaruh pada Pengungkapan CSR.

Persamaan :

Variabel independen yang digunakan peneliti sekarang dan peneliti terdahulu menggunakan profitabilitas, likuiditas, dan leverage.

Perbedaan :

Perbedaan penelitian sekarang dan penelitian terdahulu adalah objek penelitian yang dilakukan berbeda.

2. Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kedua penelitian Rina Mudjiyanti (2017), Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh sebanyak 67 sampel amatan. Hasil analisis menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan corporate social respons sebesar 0,024 dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility dengan nilai signifikansi sebesar 0,005.

Persamaan :

Sama-sama menggunakan Profitabilitas, Likuiditas serta objek penelitiannya sama.

Perbedaan :

Perbedaan penelitian sekarang dan penelitian terdahulu adalah variabel independen pada peneliti sekarang berjumlah 3 variabel sedangkan peneliti terdahulu cuma menggunakan 2 variabel.

3. Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Ketiga penelitian Devi Widya Astuti (2019), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan pengungkapan perusahaan pertambangan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 11 perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap luas tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, Leverage tidak berpengaruh negatif terhadap luas tanggung jawab sosial perusahaan dan Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Persamaan :

Penelitian terdahulu dan peneliti sekarang profitabilitasnya berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Perbedaan :

Penelitian terdahulu dan peneliti sekarang adalah objek penelitian dilakukan berbeda

4. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Corporate Governance terhadap Corporate Social Responsibility

Keempat penelitian Elmalisa Septyani Tikasari, Anny Widiasmara, Nik Amah (2019), Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, ukuran perusahaan dan corporate governance terhadap corporate social responsibility. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dipilih menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh sebanyak 21 sampel. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, variabel likuiditas, variabel leverage, dan variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap corporate social responsibility. Sedangkan variabel corporate governance berpengaruh terhadap corporate social responsibility.

Persamaan :

Variabel independen yang digunakan peneliti sekarang dan peneliti terdahulu adalah Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage

Perbedaan :

Perbedaan penelitian sekarang dan penelitian terdahulu adalah objek penelitian yang dilakukan berbeda.

5. Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Size terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia

Kelima penelitian Syailendra Eka Saputra (2016), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh leverage, profitabilitas dan size terhadap jumlah pengungkapan corporate social responsibility. Pada penelitian ini digunakan beberapa perusahaan high profile di Bursa Efek Indonesia. Periode penelitian yang digunakan dari tahun 2010 sampai 2014. Berdasarkan hasil pengujian ditemukan bahwa leverage dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan high profile di Bursa Efek Indonesia sedangkan size tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan high profile di Bursa Efek Indonesia.

Persamaan :

Variabel independen yang digunakan menggunakan profitabilitas dan objek penelitiannya dilakukan di Bursa Efek Indonesia

Perbedaan :

Penelitian sekarang menggunakan pengukuran variabel yang berbeda.

6. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Keenam penelitian Yurika dan Viriany (2019), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Sampel diperoleh dengan metode purposive sampling sehingga diperoleh 52 perusahaan manufaktur selama periode penelitian. Hasil analisis statistik diperoleh kesimpulan bahwa profitabilitas, leverage, dan likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR.

Persamaan :

Variabel independen yang digunakan penelitian profitabilitas, likuiditas, leverage.

Perbedaan :

Penelitian terdahulu variabel tidak berpengaruh sedangkan peneliti sekarang variabelnya berpengaruh.

7. Pengaruh Profitabilitas Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Ketujuh penelitian Nifaturrohma Sulistyorini (2019), Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. penelitian ini menetapkan dalam pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yang diperoleh sebanyak 10 perusahaan dan 40 sampel, penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas

berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan menggunakan ROA, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan menggunakan Log Natural, dan likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan menggunakan Current Ratio. Pada koefisien determinasi diketahui nilai R square sebesar 0,533 atau 53,3% yang artinya menunjukkan kemampuan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan likuiditas dalam menjelaskan variabel pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Persamaan :

Penelitian sekarang dan penelitian terdahulu menggunakan variabel Profitabilitas dan Likuiditas

Perbedaan :

Penelitian terdahulu dan peneliti sekarang melakukan objek penelitian berbeda

8. Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan melalui Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Kedelapan penelitian I Wayan Armadi, Ida Bagus Putra Astika (2016), Penelitian ini bertujuan untuk untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap corporate social responsibility dan nilai perusahaan, sehingga dilakukan pengumpulan data dengan metode dokumentasi terhadap 17 sampel perusahaan Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia. Dengan menggunakan analisis data regresi linier berganda dengan didapat hasilnya bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif, sedangkan Leverage berpengaruh negatif pada nilai perusahaan.

Persamaan :

Penelitian sekarang dan penelitian terdahulu menggunakan variabel Profitabilitas dan Leverage.

Perbedaan :

Penelitian terdahulu dan peneliti sekarang melakukan objek penelitian berbeda.

9. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Size, Profitabilitas, Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Kelapa Sawit di BEI Tahun 2016.

Kesembilan penelitian Prasetyo, Mochammad Rifni Rachmat (2018), Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap pengungkapan CSR perusahaan kelapa sawit di BEI tahun 2016. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan kelapa sawit yang terdaftar di BEI tahun 2016 dengan jumlah sampel sebanyak 14 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Persamaan :

Variabel yang digunakan penelitian sekarang dan penelitian terdahulu menggunakan profitabilitas dan Leverage

Perbedaan :

Penelitian terdahulu dan peneliti sekarang menggunakan objek penelitian yang berbeda.

10. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisari dan Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Kesepuluh penelitian Dewi, Dina Restuti (2017), Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris dan Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2015. Total sampel yang diteliti sebanyak 239 perusahaan yang memenuhi

kriteria sebagai sampel penelitian ini. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel yang mempunyai pengaruh positif signifikan adalah likuiditas, ukuran dewan komisaris dan kepemilikan institusional sedangkan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015. Kata kunci : Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Persamaan :

Variabel yang digunakan penelitian terdahulu dan peneliti sekarang menggunakan Likuiditas, Profitabilitas dan Leverage

Perbedaan :

Penelitian terdahulu menggunakan perusahaan Food and Beverage sedangkan peneliti sekarang menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Stakeholder

Stakeholders theory berpendapat bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun memberikan manfaat bagi stakeholders (Chariri, 2007, p. 409). Adanya pihak yang diutamakan di dalam perusahaan yaitu stakeholders. Terdapat sejumlah stakeholders yang ada di masyarakat, dengan adanya pengungkapan CSR merupakan cara untuk mengelola hubungan organisasi dengan kelompok stakeholders yang berbeda. Tujuan utama dari perusahaan adalah menyeimbangkan konflik antara stakeholders. Pengungkapan CSR bagi suatu perusahaan bersifat penting, hal demikian karena para stakeholders perlu untuk mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan stakeholders, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya (Riswari, 2012).

Berdasarkan pada asumsi teori stakeholder, maka perusahaan tidak dapat melepaskan diri mengenai operasinya terhadap lingkungan sekitar. Keberlangsungan hidup suatu perusahaan tergantung pada dukungan dari para stakeholder. Semakin besar power stakeholder terhadap perusahaan maka akan semakin besar kemampuan perusahaan dalam mencapai keberlangsungan usaha. Stakeholder sendiri pada dasarnya mengendalikan sumber-sumber ekonomi yang digunakan. Power stakeholder ditentukan oleh besar kecilnya kemampuan yang dimiliki untuk mengendalikan sumberdaya tersebut. Salah satunya dapat berupa membatasi pemakaian sumber ekonomi terbatas, akses terhadap media, kemampuan mengatur perusahaan. Ketika stakeholder mengendalikan sumber ekonomi maka perusahaan akan berusaha untuk memuaskan keinginan stakeholder. Dengan memenuhi harapan dari para stakeholder, perusahaan akan mampu mendapatkan dukungan dari para stakeholder yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Teori stakeholder ini dapat digunakan untuk menjelaskan pengungkapan Corporate Social Responsibility. Pengungkapan informasi yang dibutuhkan oleh stakeholder akan menjadikan perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan stakeholder, dan perusahaan dapat mencapai tujuannya yaitu keberlangsungan usaha.

2.2.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk mempertahankan hidup (*going concern*).

Ghozali dan Chariri (2007) 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. Selain itu, praktik pengungkapan sosial dan lingkungan 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.

Teori legitimasi juga mengungkapkan bahwa perusahaan secara kontinyu berusaha untuk bertindak sesuai dengan batas-batas dan norma-norma dalam masyarakat. Pada era ini perusahaan semakin sadar akan pentingnya hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya bagi kepentingan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan tidak akan bisa lepas dari hubungan masyarakat dan lingkungannya karena setiap kegiatannya, perusahaan akan selalu berkesinambungan dengan kondisi lingkungan dan norma yang berlaku. Dapat dikatakan dalam teori ini, perusahaan diperbolehkan oleh masyarakat untuk beroperasi sebagai entitas ekonomik selama mereka menerapkan praktek dan kebijakan yang dianggap kongruen dengan norma-norma sosial dan nilai-nilai yang dianut. Saat ini, organisasi tidak dapat bertahan hidup atau dikatakan layak tanpa anggotanya berperilaku sebagai warga negara yang baik dengan terlibat dalam perilaku organisasi yang relevan yang berkaitan dengan CSR (Abugre, 2014). Maka dari itu teori legitimasi merupakan salah satu teori yang melandasi pengungkapan Corporate Social Responsibility. Salah satu tujuan dilakukannya pengungkapan Corporate Social Responsibility adalah perusahaan mendapatkan reputasi, nilai positif dan legitimasi dari para pemangku kepentingan. Pada dasarnya pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan aktivitas sosial perusahaan kepada masyarakat.

2.2.3 Teori Sinyal

Teori sinyal adalah teori yang menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal (Sari dan Zuhrotun, 2006). Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pada pihak luar (investor dan kreditor). Kurangnya informasi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan mengurangi asimetri informasi.

Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah

informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010). Informasi tentang pengungkapan CSR merupakan suatu sinyal perusahaan untuk mengkomunikasikan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, karena CSR terkait dengan *acceptability* dan *sustainability*, yang artinya perusahaan diterima dan berkelanjutan untuk dijalankan di suatu tempat dalam jangka panjang yang tidak melakukan dan mengungkapkan kegiatan CSRnya (Adisusilo, 2011).

Teori sinyal juga menjelaskan mengenai bagaimana manajemen mampu memberikan sinyal-sinyal keberhasilan atau kegagalan yang akan disampaikan kepada pemilik. Dalam kaitannya dengan keagenan, terjadi asimetris informasi antara manajer dengan pihak eksternal perusahaan seperti investor dan kreditor (Husnan, 2013). Asimetri informasi dapat terjadi ketika manajer atau pihak internal perusahaan mampu mendapatkan informasi yang lebih banyak dan lebih cepat dibandingkan dengan pihak eksternal. Untuk mengurangi adanya asimetri informasi, perusahaan harus menyampaikan semua informasi yang ada kepada pihak eksternal baik itu informasi keuangan maupun non keuangan melalui laporan keuangan. Salah satu laporan yang wajib dimasukkan dalam laporan keuangan adalah tentang pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR ini diharapkan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan.

2.3 Definisi Corporate Social Responsibility

Widjaja (2008, p. 95) *corporate social responsibility* atau yang sering disebut dengan *business social responsibility* atau *corporate citizenship* merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya perseroan terbatas) dengan segala sesuatu atau segala hal (*stakeholders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan tersebut untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan usaha (*sustainability*) suatu perusahaan.

Menurut Limberg dkk (2009, p. 1) CSR atau Tanggung Jawab Sosial (TJS) didasarkan pada tiga pilar yang dikenal sebagai 3-P (*people, profit* dan *planet*) atau *triple bottom line* (ekonomi, ekologi dan sosial). Kitle dan Ruggie (2005)

secara umum CSR dapat dikatakan mencakup pada cara berusaha yang transparan dengan berbasis pada nilai-nilai etika, kepatuhan terhadap peraturan dan perundangan, dan menghargai serta menghormati orang lain, masyarakat dan lingkungan (dalam Limberg, 2009, p. 2).

2.4 Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hadi (2011, p. 206) mendefinisikan pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan baik yang berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan.

Pengungkapan CSR diukur melalui *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI). CSRDI diukur melalui rekapitulasi penilaian *Global Report Initiative* (GRI) dalam *Sustainability Report* (SR). Pengungkapan Corporate Social Responsibility dapat menjadi informasi yang bernilai penting bagi para investor sehingga dapat menimbulkan rasa kepercayaan dan aman bagi para stakeholder. Maka rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j} \times 100\%$$

Ket :

CSRDI_j = Corporate Social Responsibility Indeks Perusahaan
 n_j = Jumlah item untuk perusahaan

$\sum x_{ij}$ = total angka atau skor yang diperoleh masing-masing perusahaan

2.4.1 Profitabilitas

Rasio profitabilitas dimaksudkan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan (Fahmi, 2012, p. 54).

Faser (dalam Sugiono dan Untung) rasio profitabilitas (efisiensi dan kinerja keseluruhan) yaitu rasio untuk mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan efisiensi dalam pengelolaan aktiva, kewajiban dan kekayaan yang terdiri dari *gross profit margin*, *operating profit margin*, *net profit margin*, *cash flow margin*,

ROA, ROE dan cashreturn on asset.

Sedangkan menurut Pearce dan Robinson (2008, p. 241) profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dipilih oleh manajemen suatu organisasi.

Dalam mengukur profitabilitas perusahaan digunakan alat ukur *return on asset* (ROA). ROA merupakan suatu indikator keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar rasio ini semakin baik, karena manajemen perusahaan mampu menghasilkan laba sebaik mungkin atas aset yang dimiliki.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak} \times 100\%}{\text{Total Assets}}$$

2.4.2 Likuiditas

Menurut Fahmi (2012) rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio likuiditas bertujuan menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran keuangannya. Semakin tinggi angka ratio likuiditas, akan semakin baik bagi investor. Perusahaan yang diminati investor adalah perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang cukup tinggi untuk standar perusahaan sejenisnya.

$$\text{Likuiditas} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

2.4.3 Leverage

Rasio *leverage* bertujuan untuk menganalisis pembelanjaan yang dilakukan berupa komposisi utang dan modal, serta kemampuan perusahaan untuk membayar bunga dan beban tetap lainnya.

Fahmi(2012) mengemukakan bahwa rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber

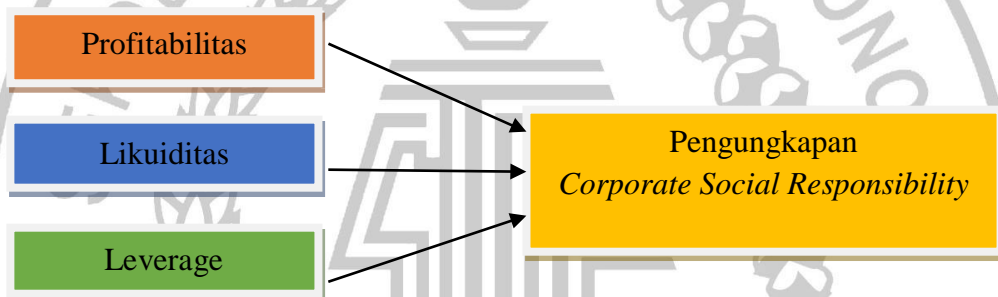
yang dapat dipakai untuk membayar utang.

2.5 Kerangka Berpikir

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}}$$

Penelitian ini menganalisis hubungan antara *dependent variable* dan *independentvariable*. Definisi masing-masing adalah sebagai berikut:

- a. Pengungkapan CSR sebagai *dependent variable*. Pengungkapan CSR diukur dengan rumus CSDI.
- b. Profitabilitas, likuiditas, dan leverage sebagai *independent variable*.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir]

2.6 Pengembangan Hipotesis

2.6.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Menurut Donovan dan Gibson (2000) hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR memiliki hubungan negatif karena perusahaan (manajemen) merasa tidak perlu mengungkapkan tanggung jawab sosial yang tinggi ketika perusahaan sedang memiliki tingkat profitabilitas tinggi karena perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "good news" kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan

demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Lungu, *et. Al* (2011) menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif signifikan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR, hal demikian bahwa dalam jangka pendek perusahaan dengan perubahan yang lebih tinggi dalam pendapatan dan dengan pengembalian yang lebih tinggi atas ekuitas selama satu tahun, cenderung baik untuk memberikan yang lebih kecil perihal pentingnya CSR.

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya. Dengan semakin meningkatnya profit suatu perusahaan, maka cadangan dana untuk melakukan aktivitas pengungkapan CSR akan semakin besar, hal tersebut karena biaya untuk pelaksanaan pengungkapan CSR sudah tersedia. Dalam beberapa penelitian yang dilakukan oleh Sudana dan Arlindania (2011), dan Novrianto (2012) bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, karena perusahaan mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi maka akan mengungkapkan informasi CSR yang telah dilakukannya. Perusahaan yang mampu menghasilkan profit adalah perusahaan yang memiliki manajemen *ber-knowledge* dan cukup mengerti dan peduli terhadap lingkungan sehingga perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosialnya.

Berdasarkan teori *stakeholders*, pengungkapan CSR dilakukan untuk menyeimbangkan konflik antar *stakeholders*. Dengan adanya pengungkapan CSR, *stakeholders* dapat mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholders*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya. Dalam hal ini, perusahaan dapat menyesuaikan mengenai banyak sedikitnya pengungkapan CSR berdasarkan kebutuhannya akan konflik tiap *stakeholders*.

Selain itu, hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR juga

didasari oleh teori legitimasi dimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Adanya mekanisme *corporate governance* dan profitabilitas memberikan keyakinan perusahaan. Artinya, dengan mekanisme *corporate governance* dan profitabilitas yang mencukupi, perusahaan tetap akan mendapatkan keuntungan positif, yaitu mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak meningkatnya keuntungan perusahaan di masa yang akan datang.

Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 = Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2.6.2 Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan CSR

Penelitian yang dilakukan oleh Badjuri (2011) menyimpulkan bahwa perusahaan dengan rasio likuiditas rendah perlu memberikan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan lemahnya kinerja dibanding perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang tinggi. Sedangkan Andi Kartika (2010) menyimpulkan bahwa semakin rendah tingkat likuiditas perusahaan maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin tinggi pula. Likuiditas merupakan salah satu kinerja yang sering dijadikan tolok ukur investor dalam menilai perusahaan. Oleh dari itu ketika likuiditas yang dihasilkan rendah, perusahaan akan cenderung melakukan pengungkapan CSR makin banyak, hal ini seiring dengan teori sinyal karena dibandingkan investor, manajemen perusahaan lebih tahu mengenai kinerja internal perusahaan, sedangkan investor hanya melihat hasil akhir (rasio-rasio keuangan) sehingga ketika likuiditasnya rendah maka investor akan cenderung memberi nilai yang rendah pada perusahaan bahkan bisa mencabut investasinya sehingga perusahaan berusaha mengurangi asimetri informasi salah satunya dengan cara melakukan pengungkapan CSR. Informasi ini terkait dengan keberlangsungan hidup jangka panjang perusahaan sehingga diharapkan dengan adanya pengungkapan CSR yang banyak ketika likuiditas rendah investor tetap mempertahankan investasinya dengan asumsi perusahaan memiliki nilai *sustainability* yang didapat atas informasi

pengungkapan CSR tersebut.

Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR dikemukakan oleh Syahrir dan Suhendra (2010, dalam Kamil dan Herusetya, 2012). Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi akan lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan sosial sebagai sinyal kepada perusahaan lain bahwa perusahaannya memiliki kinerja yang lebih bagus. Argumen peneliti terkait ini, dengan makin banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan karena likuiditas perusahaan yang tinggi akan menarik investor untuk berinvestasi karena atas banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan akan menunjukkan bahwa perusahaan makin kredibel. Sesuai dengan teori signal, diduga bahwa perusahaan dengan likuiditas yang tinggi, cenderung akan lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial, sehingga akan memberi signal kepada perusahaan lain bahwa perusahaan mereka lebih baik dari pada perusahaan lain. Signal tersebut dapat diwujudkan dengan melakukan pengungkapan CSR secara lebih luas. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Hussainey, *et. al* (2011) menemukan bukti bahwa terdapat hubungan positif antara likuiditas dan pengungkapan CSR, yaitu likuiditas mendorong keputusan pelaporan CSR di Mesir yang mana itu disebabkan perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan cenderung mengungkapkan tanggungjawab sosial yang makin banyak karena lebih berani mengambil keputusan yang terkategori "*costly decision*" yang mana salah satunya yaitu tindakan CSR serta pengungkapannya.

Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H2 = Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

2.7.3 Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR

Penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priantinah (2012) *leverage* berpengaruh signifikan dan negatif, karena manajemen dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Selain itu, semakin tinggi tingkat *leverage*, maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan

melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berupaya untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian kredit. Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya, termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial.

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Semakin luas pengungkapan, maka makin banyak informasi yang dapat diperoleh investor, hal ini dilakukan supaya investor dapat memperoleh keyakinan atas terjaminnya hak mereka sebagai kreditur (Anugerah, dkk., 2010). Mia dan Al Mamun (2011) berpendapat bahwa perusahaan dengan *leverage* tinggi akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang makin banyak. Hal ini disebabkan perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki tekanan yang lebih besar dari bank, kreditur, investor sehingga perusahaan berupaya untuk melonggarkan tekanan ini dengan cara melakukan banyak *disclose* dengan tujuan memberikan keyakinan ke bank, kreditur, investor bahwa perusahaan tidak melanggar *covenants* yang ada. Seiring dengan teori sinyal, bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi diduga akan melakukan pengungkapan CSR makin banyak untuk mengurangi asimetri informasi yang mungkin mengakibatkan menguatnya tekanan kreditur dan investor terhadap perusahaan. Dengan diberikan *disclose* informasi seperti CSR diharapkan pihak-pihak seperti kreditur dan investor dapat melihat hal tersebut sebagai jaminan atas *going concern* perusahaan sehingga haknya sebagai kreditur dan investor tetap terjamin dan tidak memberikan tekanan yang lebih besar ke perusahaan.

Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H3 = Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

2.7.4 Kewajiban Pelaporan Corporate Social Responsibility (CSR)

Undang-Undang Corporate Social Responsibility (CSR) Pemerintah mengeluarkan kebijakan yang berkaitan dengan Corporate Social Responsibility (CSR) yaitu Undang-Undang Perseroan Terbatas terutama pada pasal 74 yang menyebutkan: Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dalam dibidang dan atau terkait dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

1. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban
2. Perseroan yang tidak melakukan kewajiban sebagaimana dimaksudkan pada ayat 1 dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur berdasarkan dengan peraturan pemerintah. Banyak penelitian yang menemukan terdapat hubungan positif antara tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility) dengan kinerja keuangan, walaupun dampaknya dalam lingkungan jangka panjang.