

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Sub bab ini berisikan hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya mengenai topik yang selaras dengan penelitian ini yaitu mengenai pengaruh likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

##### 1. **Penelitian Mega Sekarwigati dan Bahtiar Effendi (2019)**

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menguji berpengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Penelitian ini menggunakan sampel yaitu 14 perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2014-2016. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu metode analisis linier berganda. Pengumpulan data menggunakan laporan tahunan perusahaan pertambangan melalui *website* di BEI.

Hasil dari penelitian ini yaitu ukuran perusahaan dan likuiditas berpengaruh *negative* signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Sedangkan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap corporate social responsibility.

Penelitian saat ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, persamaan tersebut sebagai berikut:

1. Menggunakan variabel endogen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
2. Likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan sebagai variabel eksogen.
3. Populasi yang digunakan yaitu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)
4. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode purposive sampling.

Penelitian saat ini juga memiliki perbedaan dengan peneliti sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti yang dulu menggunakan periode tahun 2014-2016 sedangkan peneliti saat ini menggunakan periode 2016-2020.
2. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan pertambangan sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan infrastruktur.
3. Teknik analisis pada penelitian terdahulu menggunakan analisis linier berganda sedangkan sekarang teknik analisis yang digunakan *partial least square* (PLS).

## 2. **Penelitian Irine Fauziah dan Nur Fadjrih Asyik (2019)**

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menguji berpengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian ini menggunakan sampel yaitu 39 perusahaan dengan total 156 pengamat pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2017. Peneliti ini menggunakan

*purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi berganda dengan alat bantu SPSS *version* 20. Teknik pengumpulan data dengan melihat laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan manufaktur melalui *website* di BEI.

Hasil dari penelitian ini yaitu likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan profitabilitas, *lverage*, dan ukuran dewan komisaris tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian saat ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, persamaan tersebut sebagai berikut:

1. Menggunakan variabel endogen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
2. Likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan sebagai variabel eksogen.
3. Populasi yang digunakan yaitu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)
4. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode *purposive sampling*.

Penelitian saat ini juga memiliki perbedaan dengan peneliti sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti yang dulu menggunakan periode tahun 2014-2017 sedangkan peneliti saat ini menggunakan periode 2016-2020.

2. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan pertambangan sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan infrastruktur.
3. Teknik analisis pada penelitian terdahulu menggunakan analisis linier berganda sedangkan sekarang teknik analisis yang digunakan *partial least square* (PLS).

### 3. Penelitian Ivon Nurmas Ruroh dan Sri Wahjuni Latifah (2018)

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menganalisis berpengaruh profitabilitas, leverage, *size*, dan risiko minimization terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini menggunakan sampel yaitu 19 perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2015-2016. Peneliti ini menggunakan *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linier berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan laporan tahunan perusahaan melalui *website* di BEI.

Hasil dari penelitian ini yaitu profitabilitas, leverage, *size*, dan risiko minimasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian saat ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, persamaan tersebut sebagai berikut:

1. Menggunakan variabel endogen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
2. Variabel eksogen menggunakan profitabilitas dan *size*.

3. Populasi yang digunakan yaitu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
4. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode purposive sampling.

Penelitian saat ini juga memiliki perbedaan dengan peneliti sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel eksogen leverage dan risiko minimasi tidak digunakan tetapi pada penelitian sekarang menambahkan likuiditas sebagai variabel eksogen.
2. Peneliti yang dulu menggunakan periode tahun 2015-2016 sedangkan peneliti saat ini menggunakan periode 2016-2020.
3. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan pertambangan sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan infrastruktur.
4. Teknik analisis pada penelitian terdahulu menggunakan analisis linier berganda sedangkan sekarang teknik analisis yang digunakan *partial least square* (PLS).

#### 4. Penelitian Waluyo (2017)

Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengidentifikasi ukuran perusahaan, umur perusahaan dan pertumbuhan perusahaan terhadap *corporate social responsibility*. Sampel yang digunakan yaitu dengan menggunakan 30 sampel dari 49 populasi property dan perusahaan *real estate* yang *listed* di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2015. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang

digunakan yaitu metode regresi linier berganda. Teknik pengumpulan data dengan melihat laporan tahunan perusahaan melalui *website* di BEI.

Hasil penelitiannya peneliti ini memiliki hasil yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian saat ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, persamaan tersebut sebagai berikut:

1. Pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel endogen.
2. Ukuran perusahaan sebagai variabel eksogen.
3. Populasi menggunakan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
4. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode purposive sampling.

Penelitian saat ini juga memiliki perbedaan dengan peneliti sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti sebelumnya menggunakan periode penelitian 2012-2016, sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2016-2020.
2. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan *property* dan *real estate* sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan infrastruktur.

3. Variabel eksogen umur perusahaan dan pertumbuhan perusahaan tidak digunakan, namun penelitian sekarang menambahkan variabel eksogen likuiditas dan ukuran perusahaan.
4. Teknik analisis pada penelitian terdahulu menggunakan analisis linier berganda sedangkan sekarang teknik analisis yang digunakan *partial least square* (PLS).

**5. Penelitian Rina Mudjiyanti dan Salis Saevy Maulani (2017)**

Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui berpengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sampel yang digunakan yaitu 67 sebagai sampel observasi perusahaan dalam sector barang konsumsi yang *listed* di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2015. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive* sampel. Teknik analisis data yang digunakan yaitu metode *regresi linier* berganda. Metode pengumpulan data didapat melalui *website* di Bursa Efek Indonesia (BEI) terkait laporan tahunan perusahaan.

Hasil penelitiannya peneliti ini memiliki hasil yang menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh *negative* signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan profitabilitas dinyatakan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian saat ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, persamaan tersebut sebagai berikut:

1. Pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel endogen

2. Likuiditas dan profitabilitas sebagai variabel eksogen.
3. Populasi menggunakan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
4. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode purposive sampling.

Penelitian saat ini juga memiliki perbedaan dengan peneliti sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti sebelumnya menggunakan periode penelitian 2013-2015, sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2016-2020.
2. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan manufaktur sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan infrastruktur.
3. Penelitian sekarang menambahkan variabel eksogen ukuran perusahaan.
4. Teknik analisis pada penelitian terdahulu menggunakan analisis linier berganda sedangkan sekarang teknik analisis yang digunakan *partial least square* (PLS).

#### **6. Penelitian Dian Yuni Damayanti (2017)**

Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui pengaruh *good corporate governance*, profitabilitas, *size*, dan likuiditas dalam mengungkap *corporate social responsibility*. Penelitian ini menggunakan populasi yaitu perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara menyeluruh. Penelitian ini menggunakan sampel yaitu kriteria yang masuk dalam perusahaan manufaktur pada periode 2012-2015. Guna mendapatkan sampel



penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel berupa metode *purpose sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa teknik *multiple regression analysis*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi yaitu dengan melihat laporan keuangan tahunan yang sudah dipublikasikan perusahaan.

Hasil penelitiannya adalah Kepemilikan Institusional, Profitabilitas, dan *Size* dinyatakan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Sedangkan Kepemilikan manajerial dan Likuiditas memiliki hubungan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Penelitian saat ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, persamaan tersebut sebagai berikut:

1. Pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel endogen.
2. Likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan (*size*) sebagai variabel eksogen.
3. Populasi yang digunakan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
4. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode *purposive sampling*.

Penelitian saat ini juga memiliki perbedaan dengan peneliti sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti sebelumnya menggunakan periode penelitian 2010-2014, sedangkan penelitian saat ini menggunakan periode 2016-2020.

2. Variabel eksogen *good corporate governance* tidak digunakan pada penelitian saat ini.
3. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan manufaktur sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan infrastruktur.
4. Teknik analisis pada penelitian terdahulu menggunakan analisis linier berganda sedangkan sekarang teknik analisis yang digunakan *partial least square* (PLS).

**7. Penelitian Gagat Agus Wasito, Eliada Herwiyanti, dan Widya Hayu Warmmeswara Kusumastati (2016)**

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu guna menganalisis berpengaruh *corporate governance*, profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Sampel yang digunakan jumlah data sebanyak 32 dan diambil 16 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara berkala pada tahun 2013 sampai 2014. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu metode analisis regresi linier berganda. Metode pengumpulan sampel menggunakan metode dokumentasi yaitu dengan mencatat laporan keuangan tahunan perusahaan

Penelitian ini memiliki hasil yaitu likuiditas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pengungkapan CSR, solvabilitas memiliki pengaruh *negative* yang signifikan pada CSR, sedangkan tata kelola perusahaan dan profitabilitas dinyatakan bahwa tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian saat ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, persamaan tersebut sebagai berikut:

1. Menggunakan variabel endogen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
2. Likuiditas dan profitabilitas sebagai variabel eksogen.
3. Populasi yang digunakan yaitu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)
4. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode purposive sampling..

Penelitian saat ini juga memiliki perbedaan dengan peneliti sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel eksogen *corporate governance* dan solvabilitas tidak digunakan, namun variabel eksogen pada penelitian ini menambahkan ukuran perusahaan.
2. Peneliti yang dulu menggunakan periode tahun 2010-2014 sedangkan peneliti saat ini menggunakan periode 2016-2020.
3. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan manufaktur sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan infrastruktur.
4. Teknik analisis pada penelitian terdahulu menggunakan analisis linier berganda sedangkan sekarang teknik analisis yang digunakan *partial least square* (PLS).

**Tabel 2.1**  
**PERSAMAAN DAN PERBEDAAN PENELITIAN SEKARANG DENGAN PENELITIAN TERDAHULU**

No.	Nama Peneliti	Tujuan Penelitian	Variabel Endogen	Variabel Eksogen	Sampel	Analisis	Hasil
1.	<b>Mega Sekarwigati dan Bahtiar Effendi (2019)</b>	Menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan likuiditas terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i>	<i>Corporate social responsibility</i>	Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan likuiditas	14 perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2014-2016	Metode regresi linier berganda	Ukuran perusahaan dan likuiditas berpengaruh <i>negative</i> signifikan terhadap CSR disclosure. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR disclosure
2.	<b>Irine Fauziah dan Nur Fadrijh Asyik (2019)</b>	Menguji pengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	<i>Corporate social responsibility</i>	Profitabilitas, likuiditas, leverage, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris	39 perusahaan total 156 pengamat pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2017	Metode regresi linier berganda	Likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas, leverage, dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
3.	<b>Ivon Nurmas Ruroh dan Sri Wahjuni Latifah (2018)</b>	Menganalisis pengaruh profitabilitas, leverage, <i>size</i> , dan risiko minimization terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	<i>Corporate social responsibility</i>	Profitabilitas, leverage, <i>size</i> , dan risiko minimasi	19 perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2015-2016	Metode regresi linier berganda	Profitabilitas, leverage, <i>size</i> , dan risiko minimasi berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR
4.	<b>Waluyo (2017)</b>	Mengidentifikasi <i>index</i> saham, pertumbuhan perusahaan dan <i>corporate social responsibility</i>	<i>Corporate social responsibility</i>	<i>Firm size, firm age, and firm growth</i>	30 sampel dari 49 perusahaan property dan <i>real estate</i> yang terdaftar di BEI periode 2013-2015	Metode regresi linier berganda	Ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR

5.	<b>Rina Mudjiyanti dan Salis Saevy Maulani (2017)</b>	Mengetahui pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	<i>Corporate social responsibility</i>	Likuiditas dan profitabilitas	67 sampel observasi perusahaan sector barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2013-2015	Metode regresi linier berganda	Likuiditas berpengaruh <i>negative</i> signifikan terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.
6.	<b>Dian Yuni Damayanti (2017)</b>	Mengetahui pengaruh <i>good corporate governance</i> , profitabilitas, <i>size</i> , dan likuiditas terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>	<i>Corporate social responsibility</i>	<i>Good corporate governance</i> , profitabilitas, <i>size</i> , dan likuiditas	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2012-2015	Metode <i>multiple regression analysis</i>	Kepemilikan institusional, profitabilitas, dan <i>size</i> berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Kepemilikan manajerial dan likuiditas berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.
7.	<b>Gagat Agus Wasito, Eliada Herwiyanti, dan Widya Hayu Warmmeswara (2016)</b>	Menganalisis pengaruh <i>corporate governance</i> , profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i>	<i>Corporate social responsibility</i>	<i>Corporate governance</i> , profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas	Jumlah data terdapat 32 dan diambil 16 perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2013-2014	Metode regresi linier berganda	Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . Solvabilitas berpengaruh <i>negative</i> signifikan terhadap pengungkapan CSR. <i>Corporate governance</i> dan profitabilitas tidak ada pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Sumber: Mega Sekarwigati dan Bahtiar Effendi (2019), Irine Fauziah dan Nur Fadjrih Asyik (2019), Ivon Nurmas Ruroh dan Sri Wahjuni Latifah (2018), Waluyo (2017), Rina Mudjiyanti dan Salis Saevy Maulani (2017), Dian Yuni Damayanti (2017), Gagat Agus Wasito *et al* (2016).

## 2.2 Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan dasar teori yang disebut sebagai landasan teori. Landasan teori penelitian ini menggunakan konsep dasar terkait variabel endogen yaitu *corporate social responsibility* dan *factor* yang mempengaruhinya atau disebut variabel eksogen terdiri dari likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan, serta teori-teori yang sudah dikemukakan oleh para ahli. Landasan teori memiliki tujuan yaitu bagi peneliti digunakan sebagai acuan agar *topic* yang diteliti dapat dianalisis dan dapat memecahkan masalah.

### 2.2.1 **Corporate social responsibility (CSR)**

*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan upaya yang dilakukan agar meningkatkan pembangunan ekonomi secara berkepanjangan dengan konsistensi nyata yang dilakukan entitas bisnis agar terhindar dari dampak *negative* dan memfokuskan pada *impact positive* operasionalnya kepada pemangku kepentingan (*stakeholder*) terkait ekonomi, *social*, dan lingkungan perusahaan (Hadi, 2018:66). Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan bentuk laporan yang diberikan perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab *social* perusahaan terkait *social* dan lingkungan. *Corporate social responsibility* memiliki konsep yaitu *triple bottom lines* yaitu meliputi *planet*, *profit*, dan *people*, konsep tersebut banyak dijadikan rujukan oleh banyak orang. Perusahaan yang memiliki kinerja yang baik merupakan perusahaan yang tidak hanya mendapatkan keuntungan semata (*profit*) melainkan juga harus berkontribusi *positive* kepada masyarakat (*people*) dan memiliki peran yang *active* guna menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Pengungkapan CSR dapat diukur menggunakan *standart* GRI index, yaitu index yang dapat mengungkapkannya CSR dengan menggunakan laporan tahunan secara berkala atau *annual report* yang didasarkan pada GRI *Guidelines* untuk melihat dan memberikan informasi mengenai kontribusi perusahaan dalam mengelola perusahaan. *Global Report Initiative* (GRI) yang digunakan yaitu *version* GRI 4.1 dikarenakan menyesuaikan CSR yang dilaksanakan di asia tenggara. Pengungkapan CSR memiliki kategori standart dari GRI yaitu terdapat 4 fokus pengungkapan, meliputi ekonomi, *social*, dan lingkungan sebagai dasar dalam *sustainability reporting*. Terdapat beberapa indikator dalam GRI. Jenis indikator berisikan mengenai *detail* area pengungkapan secara spesifik yang ditandai dengan kode 1 atau 0. Memberikan nilai 1 jika dalam mengungkapkannya pada tiap-tiap indikator yang diungkap pada laporan tahunan perusahaan. Sedangkan diberikannya nilai 0 jika disetiap indikator tidak ada informasi terkait pengungkapan perusahaan. Terdapat beberapa indikator dalam GRI sebagai berikut:

Rumus perhitungan CSR sebagai berikut (Hadi, 2018:67):

$$CSRI_y = \frac{\sum X_{ky}}{\text{Jumlah Indikator}} \dots\dots\dots 1$$

Keterangan:

CSRI<sub>y</sub> = *Corporate Social Responsibility index* perusahaan y

$\sum X_{ky}$  = jumlah informasi yang dapat diungkap pada setiap indikator

## 2.2.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi menunjukkan bahwa perusahaan yang akan beroperasi di lingkungan masyarakat harus bisa meyakinkan masyarakat terkait kegiatan yang dikerjakan sesuai dengan aturan, nilai *social*, dan norma yang berada di lingkungan sekitar secara berkepanjangan. Legitimasi merupakan situasi yang dapat mempengaruhi keberpihakan masyarakat yang peka terhadap gejala atau kerusakan yang akan ditimbulkan perusahaan dalam skala kecil maupun besar di lingkungan sekitarnya (Hadi, 2018:139). Perusahaan yang mendapatkan kepercayaan dari masyarakat harus memberikan laporan tahunan secara meluas terkait tanggung jawab sosialnya.

Legitimasi masyarakat pada perusahaan dianggap menjadi hal yang penting dikarenakan sebagai *factor* yang strategis agar perusahaan kedepannya dapat berkembang. Maka dari itu legitimasi dapat memberikan manfaat terhadap keberlangsungan perusahaan. Legitimasi harus *congruent* dengan apa yang diharapkan masyarakat terkait kegiatan operasional perusahaan (Sekarwigati & Effendi, 2019). Sehingga ketika perusahaan melakukan kegiatan operasional perusahaan tidak sesuai dengan yang diharapkan masyarakat maka dapat menyebabkan perusahaan terancam atau terjadi legitimasi gap. Jika perusahaan sudah mendapatkan legitimasi dari masyarakat, maka perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan terutama pada aspek social dan lingkungan, sehingga setiap menjalankan kegiatan operasional perusahaan akan selalu mendapatkan dukungan dari masyarakat, dan hal ini juga dapat meningkatkan eksistensi atau *image* perusahaan dalam jangka yang panjang. Teori legitimasi fokusnya pada hubungan antara perusahaan dengan masyarakat sekitar.



Perusahaan juga harus mendistribusikan keuntungannya kepada masyarakat guna mendapatkan legitimasi, dalam kata lain perusahaan harus bertanggung jawab sosial kepada lingkungan agar tidak berfokus untuk mendapatkan keuntungan saja (Gagat et al., 2016).

### 2.2.3 Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder*)

*Stakeholder* merupakan semua aspek yang terlibat di didalam perusahaan baik itu internal atau *external* yang memiliki keterikatan yang dapat mempengaruhi ataupun dipengaruhi (Hadi, 2018:145). *Stakeholder* memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan yaitu sebagai evaluator dimana *stakeholder* harus mengawasi, menganalisis, dan mengevaluasi sebagaimana perusahaan sudah melakukan pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosialnya sesuai masukan yang diberikan *stakeholder*. Perusahaan harus melakukan kegiatan tanggung jawab *social* yang dapat dilihat melalui laporan tahunan perusahaan.

Bentuk tanggung jawab *social* perusahaan tidak hanya diukur dengan mendapatkan keuntungan secara *maximum* demi kepentingan salah satu pihak, melainkan kepada semua yang berkepentingan atau *stakeholder* tanpa terkecuali. Dengan kata lain bahwa perusahaan harus mensejahterakan semua pihak dengan cara memberikan laporan secara transparansi dalam setiap kegiatan tanggung jawab *social* perusahaan. Perusahaan yang memiliki keuangan yang baik diharapkan agar senantiasa memberikan kontribusinya dalam hal positif terkait aktivitas kegiatan sosialnya, hal ini sebagai bentuk kepedulian perusahaan kepada lingkungan sekitarnya dan hal tersebut dapat diungkapkan dalam laporan tahunan

perusahaan (Gagat et al., 2016). Teori *stakeholder* memiliki tujuan dasar yaitu memberikan manfaat kepada *stakeholder* dalam bentuk program *social* perusahaan. Maka dalam hal ini diharapkan dapat mensejahterakan *stakeholder*, agar dapat menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan *stakeholder*. *Stakeholder* pada dasarnya memiliki kemampuan yaitu dapat mempengaruhi pemakaian sumber ekonomi yang digunakan perusahaan dalam kegiatannya. Pemakaian sumber ekonomi perusahaan dapat dikendalikan oleh *stakeholder*. Ketika hal ini terjadi maka hal yang harus dilakukan perusahaan yaitu dengan memberikan kepuasan kepada *stakeholder*, sehingga setiap kegiatan yang dilakukan perusahaan *stakeholder* lah yang menjadi salah satu pertimbangan utama karena posisinya yang penting. Namun organisasi perusahaan juga harus memilih *stakeholder* yang dianggapnya penting dan membuat keputusan yang nantinya dapat menghasilkan hubungan harmonis antara *stakeholdernya* dan perusahaan. *Stakeholder theory* ini sangat berguna dalam menjelaskan *corporate social responsibility*, karena dapat mengendalikan pengaruh *stakeholder* dengan kegiatan sosial perusahaan.

#### **2.2.4 Teori Agensi**

Teori agensi menunjukkan komitmen yang ditumbulkan dari hubungan keagenan, terdapat hubungan antara pemegang saham atau bisa disebut pemilik (*principal*) dengan manajemen perusahaan (agen) yang terjalin melalui kontrak kerja (Sulistiyanto, 2014:119). Teori agensi pemilik akan memberikan wewenang kepada agen untuk dikelola dengan baik, dalam artian bahwa investor akan menanamkan dana kepada perusahaan agar dana yang diberikan bisa

dikembangkan oleh perusahaan guna menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. *Asymmetric information* atau kesenjangan informasi sering kali terjadi antara pemegang saham dengan manajemen perusahaan. Konflik ini disebabkan oleh manajemen perusahaan yang selalu mengambil keputusan dengan sepihak dan memberikan informasi yang kurang lengkap, dan melakukan apapun atas kehendak pribadi, sehingga pemegang saham sering kali kurang setuju atas keputusan dan tindakan manajemen perusahaan. Maka dari itu manajemen perusahaan diharapkan selalu bertanggung jawab dalam mengungkapkan informasinya secara detail dan meluas kepada pemegang saham agar meminimalisir konflik. Hal yang harus diperhatikan oleh pemegang saham yaitu selalu mengawasi, memperhatikan, dan membaca laporan tahunan perusahaan, dengan demikian pemegang saham akan lebih tau sejauh mana perusahaan bertanggung jawab terhadap pengelola perusahaan. Tindakan ketidak selarasan perilaku atau tujuan pemilik dan manajemen perusahaan sehingga perlu adanya biaya, misalnya biaya pengawasan, *bonding cost*, dan *residual loss*. Biaya tersebut disebut dengan biaya keagenan.

Semakin besar perusahaan maka semakin luas pengungkapan informasi tahunan perusahaan, hal ini dikarenakan untuk mengurangi biaya keagenan yang akan ditimbulkan sehingga dilakukannya tanggung jawab social secara meluas (Pajaria, Meutia, dan Widiyanti, 2016).

### **2.2.5 Likuiditas**

Likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban-kewajiban *financial* jangka pendeknya yang segera jatuh

tempo kurang dari satu tahun dengan menggunakan *asset* lancarnya (Hanafi, 2016:37). Tingkat likuiditas sebagai parameter investor, pemegang saham atau *stakeholder* yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan yang ada hubungannya dengan perusahaan. Dalam kata lain perusahaan yang memiliki kekuatan bayar atau dapat melunasi kewajiban atau utang finansialnya sesuai saat ditagih atau jatuh tempo, maka hal ini dikatakan perusahaan dalam kondisi *liquid*.

Dari pengertian yang sudah diuraikan diatas, maka dapat diambil kesimpulan likuiditas yaitu indikator yang dapat mengetahui kesanggupan bayar kewajiban atau utang perusahaan terkait jangka pendeknya yang harus dilunasi secara tepat waktu. Tingkat *asset* yang dimiliki perusahaan sangat berpengaruh dan berkaitan dengan tingkat keuntungan yang akan dihasilkan perusahaan. Dengan kata lain likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola *asset* yang akan diubah menjadi kas perusahaan agar dapat melunasi kewajiban atau utang jangka pendek perusahaan. Tingkat likuiditas dapat menunjukkan kinerja perusahaan. Jika tingkat likuiditas perusahaan tinggi maka menunjukkan bahwa kinerja yang dihasilkan perusahaan baik dikarenakan perusahaan mampu menutupi atau melunasi utang atau kewajiban jangka pendek dengan tepat pada waktu penagihan. Hal tersebut memberikan sinyal baik kepada *stakeholder* yang nantinya dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk berkerjasama dalam keberlangsungan hidup perusahaan dan perusahaan juga dapat mengungkapkan *corporate social responsibility* dengan meluas. Namun likuiditas perusahaan yang tinggi juga dapat menunjukkan *asset* lancar yang berlebih hal ini dapat memicu ketidak produktifnya perusahaan karena banyak

*asset* yang mengganggu sehingga dapat memberikan pengaruh buruk atau rendah terhadap keuntungan perusahaan.

Tingkat likuiditas dapat diukur menggunakan *current ratio*, *quick ratio*, dan *cash ratio* (Brigham & Houston, 2019:108).

### ***Current Ratio***

*Current ratio* digunakan untuk mengukur kesanggupan bayar perusahaan untuk melunasi kewajiban atau utang lancar dengan *asset* lancar perusahaan yang tersedia. Rumus perhitungan *Current Ratio* yaitu:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\% \quad \dots(2)$$

### ***Quick Ratio***

Definisi *Quick ratio* sama dengan *current ratio* namun ada perbedaan yaitu dengan tidak mencantumkan persediaan dalam perhitungannya, karena persediaan dianggap kurang *liquid* dalam memenuhi kewajiban atau utang perusahaan jangka pendeknya. Rumus perhitungan *Quick Ratio* yaitu sebagai berikut:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\% \quad \dots(3)$$

### ***Cash Ratio***

*Cash ratio* merupakan kesanggupan bayar perusahaan dalam melunasi utang lancarnya dengan aset lancar berupa kas atau surat berharga perusahaan.

Rumus perhitungan *Cash Ratio* yaitu sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{kas dan setara kas}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\% \quad \dots(4)$$

### 2.2.6 Profitabilitas

Profitabilitas adalah untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan atau laba pada tingkat penjualan, *asset* yang dimiliki, dan *equity* (Hanafi, 2016: 42). Profitabilitas merupakan rasio yang dapat menilai perusahaan mampu memperoleh laba atau keuntungan dalam kurun waktu tertentu. Profitabilitas menjadi indikator guna mengukur kinerja perusahaan, karena dapat menilai tingkat keefektifan manajemen perusahaan dalam menghasilkan laba.

Perusahaan diwajibkan untuk senantiasa dalam keadaan untung, karena dengan cara perusahaan selalu mendapatkan keuntungan maka perusahaan dapat menjalankan keberlangsungan hidupnya atau jika perusahaan tidak menghasilkan keuntungan maka dapat dipastikan perusahaan akan susah menjalankan operasionalnya dan sulit menarik modal dari pihak asing. Profitabilitas perusahaan sangat berpengaruh terhadap investor, salah satu tolak ukur investor untuk menanamkan modalnya dengan cara mengukur dan menilai tingkat profitabilitas perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari seberapa jauh perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, maka hal ini dapat mendorong minat investor untuk menanamkan modalnya agar dapat mengembangkan usaha perusahaan. Namun jika tingkat keuntungan perusahaan rendah maka investor akan tidak ingin menanamkan modalnya bahkan bisa menarik dana investasinya. Semakin tinggi tingkat rasio profitabilitas semakin besar pula tingkat keuntungan yang akan dihasilkan perusahaan.

Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan rasio *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM), *Gross Profit Margin* (GPM), dan *Operating Profit Margin* (OPM) (Brigham & Houston, 2019:118).

### ***Return on Asset (ROA)***

*Return on asset* merupakan rasio yang dapat diukur dengan seberapa mampu perusahaan dalam memperoleh laba dari semua aset yang dimiliki perusahaan yang dikurangkan dengan pajak. Rasio tersebut sangat penting dan banyak pihak manajemen perusahaan menggunakannya guna sebagai evaluator untuk menilai seberapa efektif dan efisien manajemen dalam *me-manage* aset perusahaan. Rumus perhitungan *Return on Asset*, yaitu sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \quad \dots(5)$$

### ***Return on Equity (ROE)***

*Return on equity* merupakan rasio yang dapat diukur dengan seberapa mampu perusahaan dalam memperoleh laba bersih setelah pajak bagi investor dengan melibatkan modal perusahaan sendiri. Rasio tersebut sering kali digunakan investor untuk menilai seberapa efektif dan efisien manajemen perusahaan dalam mengelola modal perusahaan sendiri. Rumus perhitungan *Return on Equity*, yaitu sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}} \quad \dots(6)$$

### ***Net Profit Margin (NPM)***

*Net Profit Margin* merupakan rasio digunakan untuk mengukur seberapa mampu perusahaan dalam memperoleh laba yang sudah dikurangkan

pajak dengan menggunakan penjualan perusahaan. Rasio ini menggambarkan seberapa efisiennya operasional perusahaan dalam mendapatkan laba. Rumus perhitungan *Net Profit Margin*, yaitu sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\% \quad \dots(7)$$

### **Gross Profit Margin (GPM)**

*Gross profit margin* merupakan rasio yang dapat menilai persentase guna memperoleh laba kotor dari penjualan perusahaan. Rasio tersebut dapat mendeskripsikan seberapa efisien pencapaian bagian produksi. Rumus perhitungan *Gross Profit Margin*, yaitu sebagai berikut:

$$GPM = \frac{\text{Laba Bruto}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\% \quad \dots(8)$$

### **Operating Profit Margin (OPM)**

*Operatin profit margin* merupakan rasio yang dapat diukur dengan seberapa mampu perusahaan dalam mendapatkan laba sebelum beban bunga dan dapat dikurangkan dengan pajak penjualan. Perusahaan yang memiliki tingkat OPM tinggi cenderung akan siap membayar pajak dan beban bunga terhadap kewajibannya. Rumus perhitungan *Operating Profit Margin*, yaitu sebagai berikut:

$$OPM = \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\% \quad \dots(9)$$

#### **2.2.7 Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan indikator yang diklasifikasikan berdasarkan skala besar atau kecilnya suatu entitas bisnis (Hery, 2017:3). Besar atau kecilnya ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan total aset, nilai saham,



total penjualan, kapitalis pasar, total modal dan lain sebagainya yang tersedia pada perusahaan. Kategori ukuran perusahaan dapat dikelompokkan menjadi 3, yaitu: *large size*, *medium size*, dan *small size*. Ukuran perusahaan dapat menggambarkan perusahaan dapat memperoleh keuntungan atau laba. Dalam kata lain perusahaan dapat mengatasi masalah atau kendala yang akan dihadapi perusahaan karena semakin besarnya ukuran perusahaan maka total aset yang dimiliki juga besar. Perusahaan besar akan lebih mudah mendapatkan akses ke pasar yang lebih luas sehingga dapat mendorong minat investor untuk berinvestasi semakin meluas.

*Firm size* atau Ukuran perusahaan dapat dihitung menggunakan *Logaritma Natural (Ln)* karena ukuran perusahaan yang tidak pasti jumlahnya bahkan bisa triliun, maka perlu diselaraskan data yang berlebihan atau dengan tujuan untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebihan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan mentransformasikan total aset perusahaan ke bentuk *logaritma natural*. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan *Ln Total Asset*, dikarenakan total aset yang dimiliki perusahaan memiliki nilai miliar hingga triliun sehingga perlu dilakukan penyelarasan tanpa mengubah proporsi total aset yang dimiliki perusahaan sesungguhnya. Semakin besar total *asset* menunjukkan semakin besar pula modal yang ditanam. Rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut (Hery, 2017:11):

$$UP = Ln \text{ of Total Asset} \dots\dots(10)$$

Ukuran perusahaan juga dapat diukur menggunakan *logaritma natural total of sales*. Ukuran perusahaan digambarkan sebagai total penjualan yang digunakan sebagai operasional bisnis yang sebenarnya. Semakin banyak penjualan

maka semakin banyak pula perputaran uang dalam perusahaan. Total penjualan yang semakin meningkat dapat dikatakan bahwa perusahaan dapat menutupi biaya-biaya yang ditimbulkan dari bagian produksi. Rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut (Hery, 2017:12):

$$UP = Ln \text{ of Total Penjualan} \quad \dots(11)$$

### 2.2.8 Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Likuiditas merupakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban-kewajiban *financial* jangka pendeknya yang segera jatuh tempo kurang dari satu tahun dengan menggunakan *asset* lancarnya (Hanafi, 2016:37). Likuiditas diukur dengan menggunakan tiga indikator. Yang pertama menggunakan *current ratio* dapat menunjukkan seberapa mampu *asset* lancar perusahaan dalam melunasi utang lancarnya. Semakin tinggi perbandingan *asset* lancar terhadap utang lancar perusahaan maka dapat menunjukkan ke-likuidan perusahaan. Kemudian indikator yang kedua menggunakan *quick ratio* dapat menunjukkan seberapa cepat perusahaan dalam melunasi utang lancar. Dalam hal ini perusahaan melunasi utang lancarnya dengan menggunakan *asset* lancar yang paling *liquid* dengan mengeluarkan persediaan dalam perhitungannya. Persediaan merupakan *asset* lancar yang paling tidak *liquid* karena butuh waktu lama untuk menjualnya. Semakin tinggi perbandingan *asset* lancar yang paling likuid dengan utang lancar maka menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melunasinya. Dan yang terakhir menggunakan indikator *cash ratio* dapat menunjukkan seberapa

mampu perusahaan dalam melunasi utang lancarnya dengan hanya menggunakan *asset* lancar saja yaitu kas dan surat berharga jangka pendek. Perhitungan dengan rasio inilah yang paling akurat karena hanya menghitung *asset* lancar perusahaan saja. Semakin tinggi perbandingan *asset* lancar dengan utang lancar dapat menunjukkan kelancaran perusahaan dalam melunasi utang lancarnya.

Likuiditas dapat berpengaruh dua arah. Yang pertama likuiditas dapat berpengaruh positif. Tinggi atau rendahnya likuiditas dapat menentukan pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Semakin tinggi tingkat likuiditas perusahaan maka dapat menunjukkan pengungkapan informasi terkait CSR secara lebih meluas daripada perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang rendah. Hal tersebut dikarenakan kondisi keuangan perusahaan yang baik dalam melunasi utang lancarnya atau kondisi likuid maka profit yang didapatkan tinggi, sehingga perusahaan mampu mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dengan memberikan informasi dengan skala penyebaran yang lebih meluas. Dengan adanya hal ini maka akan mendorong minat investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan untuk keberlangsungan hidup perusahaan. Perusahaan yang dapat mengungkapkan CSR secara meluas maka investor menggap perusahaan memiliki kredibilitas. Likuiditas didukung oleh teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan yang ingin mendapatkan keberlangsungan hidupnya harus mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Teori ini juga yang melandasi bahwa kekuatan finansial perusahaan dapat dilihat dari rasio likuiditas yang tinggi hal ini berhubungan dengan pengungkapan CSR yang tinggi. Hal ini berdasarkan pada tingkat keuangan perusahaan baik atau kondisi

likuid menunjukkan kinerja perusahaan baik maka perusahaan akan cenderung melakukan kontribusi *positive* melalui kegiatan *social* yang lebih sering hal ini menandakan bahwa perusahaan peduli terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar yang berharap reputasi perusahaan baik di mata masyarakat, sehingga dapat memberikan informasi yang komprehensif mengenai pengungkapan CSR.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Gagat Agus Wasito *et al* (2016) serta (Fauziah & Asyik, 2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif yang menandakan bahwa semakin tinggi tingkat likuiditas perusahaan maka semakin tinggi pula pengungkapan CSR. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat likuiditas yang tinggi dapat melakukan pengungkapan *social program* secara lebih besar, dengan cara ini diharapkan dapat membuat *image* perusahaan baik di mata *stakeholder*.

Selanjutnya likuiditas dapat berpengaruh *negative* yang menunjukkan bahwa tingkat likuiditas berlawanan dengan pengungkapan CSR. Semakin tinggi tingkat likuiditas maka semakin rendah pengungkapan CSR. Hal tersebut dikarenakan perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang baik dengan mudahnya perusahaan dapat melunasi utang lancarnya atau bisa dikatakan kondisi likuid, maka perusahaan bisa saja tidak ingin untuk mengungkapkan CSR dengan banyak. Perusahaan beranggapan bahwa mengungkapkan CSR tidak memberikan dampak yang baik bagi perusahaan ataupun investor dan stakeholder, sehingga perusahaan hanya fokus mengembangkan operasional perusahaan, dan hanya mementingkan hal-hal yang hanya memberikan pengaruh yang baik terhadap perusahaan. Begitu pula sebaliknya jika perusahaan memiliki tingkat likuiditas

yang rendah justru akan melaksanakan pengungkapan CSR hal ini berlandaskan agar menarik minat investor untuk berinvestasi.

Hal ini sejalan dengan penelitian Sekarwigati dan Effendi (2019) serta (Mudjiyanti & Maulani, 2017) yang menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh *negative* signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian yang dilakukan Damayanti (2017) menunjukkan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

H<sub>1</sub> = Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

### **2.2.9 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Profitabilitas adalah untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan atau laba pada tingkat penjualan, *asset* yang dimiliki, dan modal saham terkait (Hanafi, 2016:42). Profitabilitas diukur menggunakan 3 indikator. Indikator yang pertama menggunakan *return on asset* (ROA) dapat menunjukkan seberapa mampu perusahaan memperoleh laba yang sudah dikurangkan pajak dengan menggunakan aset perusahaan yang dimilikinya. Semakin tinggi hasil perbandingan laba bersih dengan total aset maka dapat menunjukkan seberapa efektif dan efisien manajemen perusahaan dalam mengelola *asset* perusahaan yang tersedia. Selanjutnya indikator kedua menggunakan *return on equity* (ROE) dapat digunakan untuk mengukur seberapa mampu perusahaan dalam memperoleh laba yang sudah dikurangkan pajak dengan menggunakan modal yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi hasil perbandingan laba bersih

dengan total ekuitas maka dapat menunjukkan tingkat keefektifan dan keefesienan manajemen perusahaan dalam mengelola modal perusahaan sendiri. Indikator yang ketiga menggunakan *net profit margin* (NPM) dapat digunakan untuk mengukur seberapa mampu perusahaan dalam memperoleh laba yang sudah dikurangkan pajak dengan menggunakan penjualan perusahaan. Semakin tinggi tingkat perbandingan laba bersih dengan penjualan bersih dapat menunjukkan seberapa mampu perusahaan memperoleh laba yang sudah dikurangkan pajak dengan menggunakan penjualan yang dilakukan perusahaan. Tingkat efektif dan efisien dilakukan oleh seluruh bagian meliputi bagian operasional perusahaan dan bagian *production*.

Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin meluas informasi yang akan diungkapkan terhadap *corporate social responsibility* yang akan dilakukan dengan bentuk program sosial. Hal ini dikarenakan semakin kuat kondisi keuangan perusahaan maka menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang dihasilkan dari penjualan perusahaan dan investor semakin baik, sehingga membuat investor tertarik semakin banyak. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dapat menutupi atau membayar biaya yang akan ditimbulkan akibat pengungkapan tanggung jawab sosialnya dengan program-program *social* yang dibuat perusahaan. Sebaliknya jika profitabilitas yang dimiliki perusahaan rendah maka cenderung akan memberikan informasi terkait CSR nya sedikit hal ini dikarenakan laba yang dihasilkan perusahaan sedikit

sehingga perusahaan akan lebih memfokuskan dananya untuk kepentingan operasionalnya sehingga pengungkapan CSR nya lebih sedikit hal ini juga dapat menimbulkan tidak ada ketertarikan investor untuk melirik perusahaan untuk memberikan investasinya. Perusahaan diwajibkan untuk membagikan beberapa bagian keuntungannya untuk program sosial perusahaan guna mensejahterakan masyarakat, hal ini dilakukan untuk membuat *image* baik perusahaan dimata *stakeholder*. Hal ini didukung oleh teori *stakeholder* yang menunjukkan bahwa semakin besar tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka melakukan kegiatan tanggung jawab sosialnya juga tinggi sehingga mendapatkan dukungan dari para *stakeholder*, dimana perusahaan tidak diperbolehkan hanya mengambil dan mencari keuntungan semata untuk perusahaan namun juga diwajibkan untuk memperdulikan *social* sekaligus lingkungan disekitar perusahaan dengan hal tersebut maka dapat meningkatkan kesejahteraan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ruroh dan Latifah (2018) serta (Damayanti, 2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin baik perusahaan dalam mengungkapkan CSR, karena manajemen perusahaan akan mengungkapkan informasinya dengan lebih detail, semakin meluas, dan semakin bebas dalam melakukan tanggung jawab sosialnya dalam program *social*. Dengan ini perusahaan akan dapat memberikan keyakinan kepada investor untuk menarik minatnya, dan menunjukkan kepada *stakeholder* bahwa perusahaan melakukan tanggung jawab nya.

H<sub>2</sub> = Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

### **2.2.10 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Ukuran perusahaan merupakan indikator yang diklasifikasikan berdasarkan parameter besar atau kecilnya suatu entitas bisnis. Ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan transformasi *logaritma natural total of asset* (Ln total aset), karena ukuran perusahaan salah satunya dapat dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan. Total aset perusahaan nilainya cenderung besar sehingga perlu dihitung menggunakan *logaritma natural* untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebih atau bisa disederhanakan, tetapi tanpa mengubah proporsi total aset yang sebenarnya. Semakin besar total aset maka dapat mengindikasikan bahwa semakin besar pula harta atau kekayaan yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang memiliki aset yang besar maka dapat menggunakan sumber daya secara maksimal untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Selanjutnya dapat diukur dengan *logaritma natural total of sales* dikarenakan ukuran perusahaan juga dapat ditentukan berdasarkan seberapa banyak total penjualan perusahaan, sehingga semakin tinggi total penjualan maka menunjukkan kondisi keuangan yang baik karena dapat menutupi biaya yang ditimbulkan dari bagian produksi. Ukuran perusahaan juga dapat menentukan total penjualan perusahaan.

Besar atau kecilnya perusahaan dapat ditentukan dengan total aset, total penjualan, kapitalis pasar, dan lain sebagainya. Semakin banyak total *asset* dan total penjualan yang dimiliki perusahaan menunjukkan bahwa kinerja



perusahaan baik sehingga mendorong banyak *stakeholder* yang tertarik terhadap perusahaan maka dari itu perusahaan mengungkapkan *corporate social responsibility* secara meluas. Hal tersebut dikarenakan ukuran perusahaan besar lebih banyak mendapatkan sorotan atau dikenal oleh masyarakat lebih luas sehingga setiap kegiatan *social* perusahaan harus dipertanggung jawabkan guna menarik investor dan menjaga reputasi perusahaan. Investor cenderung memberikan perhatian yang khusus terhadap perusahaan besar karena dianggap memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil dan lebih mudah dalam hal memperoleh sumber pendanaan baik internal maupun eksternal, maka dari itu perusahaan harus mengungkapkan tanggung jawab *social* nya secara meluas yang dapat dilihat dari laporan tahunan perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan memiliki ukuran perusahaan yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan akan mengungkapkan informasi tanggung jawab sosialnya sangat sedikit. Ukuran perusahaan yang besar juga akan sering mengalami tekanan politis yang besar pula, yaitu tekanan untuk melakukan tanggung jawab *social*. Perusahaan yang besar dianggap mempunyai laba yang besar sehingga tuntutan terhadap perusahaan terkait kegiatan *social* perusahaan juga besar, maka dari itu permintaan terkait informasi pengungkapan tanggung jawab *social* lebih besar daripada perusahaan kecil hal tersebut dilakukan agar terhindar dari konflik. Penjelasan tersebut didukung oleh teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar perusahaan menunjukkan semakin besar biaya keagenan maka semakin luas pengungkapan informasi tahunan perusahaan. Hal ini dikarenakan ukuran perusahaan yang besar memiliki biaya keagenan yang besar, guna meminimalisir

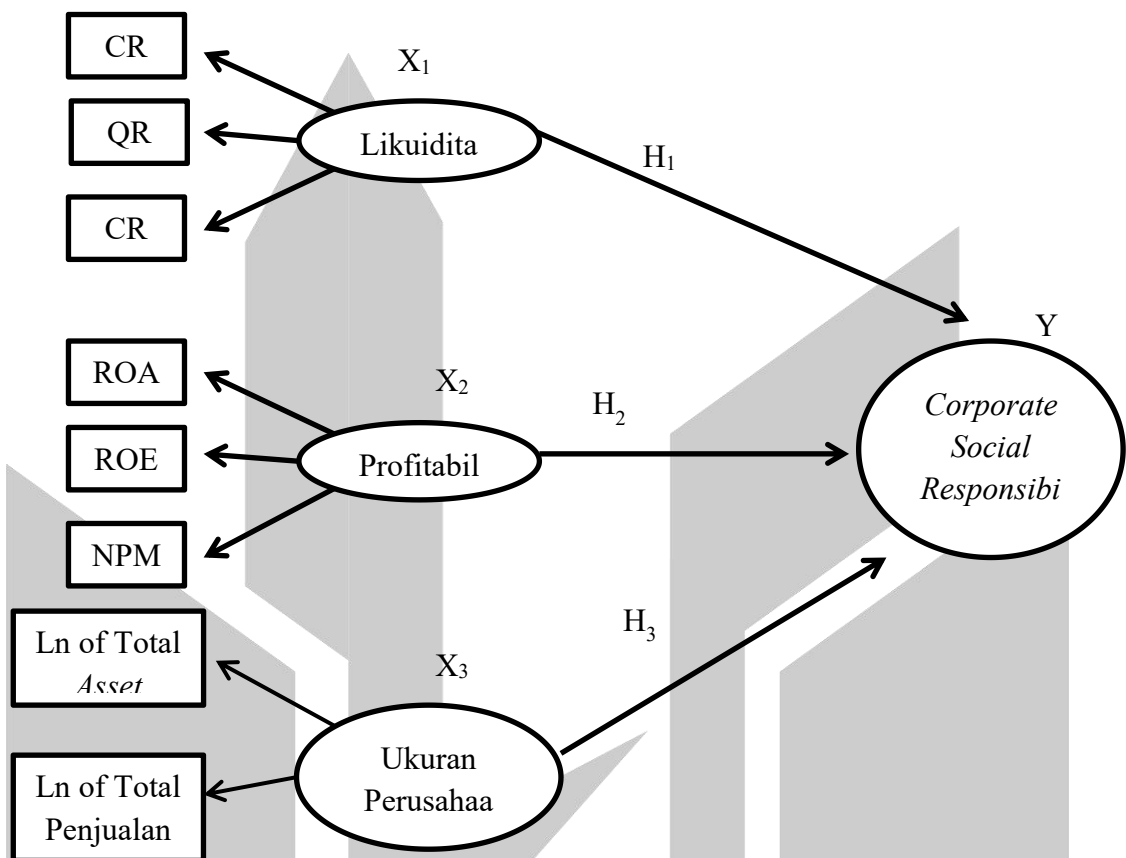
terkait biaya keagenan yang ditimbulkan agar tidak semakin besar maka perusahaan melakukan perluasan informasi mengenai pengungkapan tanggung jawab *social* perusahaan. Dengan pengungkapan tanggung jawab *social* secara meluas tersebut diharapkan akan meminimalisir konflik terjadi, dan perusahaan besar cenderung mendapatkan sorotan yang lebih kuat sehingga perusahaan memiliki tanggung jawab yang besar terhadap *stakeholder* untuk mengungkapkan CSR.

Hal tersebut didukung oleh penelitian Fauziah dan Asyik (2019) serta (Waluyo, 2017) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Semakin besar ukuran perusahaan menunjukkan semakin besar para *stakeholder* sehingga tuntutan untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab social juga semakin besar. Hal ini dikarenakan aktivitas program social perusahaan memiliki pengaruh terhadap masyarakat, sehingga para *stakeholder* harus lebih mengawasi perusahaan dalam melakukan tanggung jawabnya.

H<sub>3</sub> = Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

### **2.3 Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan landasan teori yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dibentuk kaitanya antara likuiditas (CR, QR, dan Cash Ratio), Profitabilitas (ROA, ROE, dan NPM), dan Ukuran Perusahaan (Ln Total Aset dan Ln Total Penjualan) terhadap *corporate social responsibility* (CSR) dengan kerangka penelitian sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**KERANGKA PEMIKIRAN**

#### 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian berisikan hipotesa-hipotesa yang digunakan sebagai acuan awal dalam penelitian berdasarkan teori yang sudah diuraikan sebelumnya dan dari penelitian terdahulu.

H<sub>1</sub> : Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

H<sub>2</sub> : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

H<sub>3</sub> : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

