

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut UU No 40 Tahun 2007 Pasal 1 Ayat 3, Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi dan berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi pereroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Undang-Undang Nomer 40 Tahun 2007). *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen dan upaya perusahaan yang beroperasi secara legal dan etis, untuk meminimalkan resiko kehadiran perusahaan, berkontribusi terhadap pembangunan sosial, ekonomi dan lingkungan serta pembangunan berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup pemangku kepentingan. *CSR* sebagai suatu pendekatan bisnis yang menciptakan nilai pemangku kepentingan dengan merangkul semua peluang dan mengelola semua risiko yang dihasilkan dari kegiatan pembangunan ekonomi, lingkungan dan sosial (Oliver van Heel, iema.net, 2004 dalam Rahmatullah, 2017).

Komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, berikut komunitas-komunitas setempat (lokal), masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan (WBCSD, 2002, dalam Rahmatullah, 2017). Nilai dari acuan *Corporate Social*

Responsibility adalah tindakan atas program terhadap komunitas yang tercermin dari bagaimana perusahaan memberikan kebutuhan komunitas sekitar perusahaan. Dan nilai *CSR* lebih fokus kepada bagaimana nilai perusahaan untuk mewujudkan tindakan tindakan untuk komunitas sesuai kebutuhan dan keadaan sosial terhadap komunitas sekitar (Mark Goyder dalam Untung, 2009). Jadi *CSR* merupakan bentuk kepedulian perusahaan kepada masyarakat dengan memberikan bantuan, kegiatan yang dibutuhkan atau dana sebagai tanggungjawab perusahaan dimana bantuan tersebut diberikan kepada masyarakat, komunitas sekitar perusahaan, stakeholders, dan karyawan perusahaan dengan tujuan ingin memberikan kesejahteraan bersama-sama serta memberikan rasa saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat.

Konsep *CSR* mengacu pada tanggungjawab sosial perusahaan, meliputi 3P yaitu *profit* (keuntungan), *planet* (kelestarian lingkungan), *people* (kejahteraan masyarakat). *Profit* merupakan orientasi yang utama dalam sebuah perusahaan dan diharapkan *CSR* dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. *People* dimaksudkan untuk kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan yang terkena dampak negatif dari perusahaan sehingga mendapat dukungan dari perusahaan dan dapat terjadi keseimbangan dalam kegiatan perusahaan. *Planet* dimaksudkan program *CSR* dapat melestarikan lingkungannya walapun terkena dampak yang dari perusahaan yang melakukan aktifitas di sekitar lingkungan dan dapat dimanfaatkan pula untuk kepentingan masyarakat sehingga da timbal balik antara perusahaan dan masyarakat (Rahmatullah, 2017).

Manfaat dari pelaksanaan CSR yang banyak menguntungkan perusahaan maupun masyarakat yaitu sebagai berikut:

1. *Social licence to Operate* (Ijin Sosial untuk Beroperasi)

Dengan program CSR masyarakat sekitar memiliki kepercayaan kepada masyarakat dan akhirnya mendukung setiap kegiatan perusahaan.

2. Melebarkan akses sumber daya

Sumber daya manusia maupun sumber daya alam juga akan bertambah akibat pengaruh dari CSR yang mampu memberikan kontribusi yang lebih tinggi pada masyarakat dan perusahaan.

3. Melebarkan akses menuju pasar

CSR mampu meningkatkan produk perusahaan yang bersaing di pasaran akibat pengaruh CSR pada produk yang tinggi, sehingga produk perusahaan mampu bersaing dengan produk lainnya.

4. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.

CSR mampu meminimalisir resiko yang ditimbulkan oleh aktifitas perusahaan karena dukungan yang didapat dari perusahaan.

5. Memperbaiki hubungan dengan *regulator*

Dengan melakukan program CSR berarti perusahaan telah mematuhi peraturan yang diwajibkan untuk perusahaan mengenai CSR seperti UU No 40 tahun 2007.

6. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*

Hubungan dengan *stakeholder* juga akan semakin baik karena *stakeholder* menganggap perusahaan peduli dengan karyawan dan masyarakat apalagi

dengan *stakeholders* yang telah berjasa menginvestasikan dana ke perusahaan.

7. Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan

CSR mampu meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan karena *CSR* juga mensejahterakan karyawan dengan program program yang ada.

8. Peluang mendapat penghargaan

Perusahaan mampu memperoleh gelar atau penghargaan perusahaan perduli lingkungan atau Top *CSR*.

Tujuan *Corporate Social Responsibility*, yaitu sebagai berikut (Rahmatullah, 2017) :

1. Sebagai kompensasi atau upaya imbal balik atas penggunaan sumber daya alam yang digunakan untuk operasional perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, yang dapat merugikan masyarakat sekitar perusahaan, yang juga sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidaknyamanan (*discomfort*) pada masyarakat akibat aktifitas perusahaan.
2. Sikap saling menguntungkan (*simbiosis mutualisme*) antara kalangan bisnis dan masyarakat agar terciptanya keseimbangan dalam pembangunan ekonomi serta untuk mendapat dukungan dari masyarakat.
3. Kegiatan *CSR* merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindarkan konflik sosial. Kegiatan *CSR* dapat menumbuhkan sikap saling menghargai antara perusahaan dan masyarakat karena perusahaan telah menunjukkan sikap kepedulian kepada masyarakat sehingga masyarakat memiliki rasa percaya kepada perusahaan.

Pelaksanaan *CSR* telah diatur dalam beberapa peraturan yang sifatnya mengikat agar Perusahaan wajib melaksanakan tanggung jawab sosialnya (Rahmatullah, 2017). Adapun landasan yang dapat dijadikan payung hukum bagi pelaksanaan *CSR* yaitu terdapat peraturan-peraturan pemerintah sebagai berikut:

1. Peraturan Menteri Badan Usaha Milik RI Nomor PER-02/MBU/7/2017 Tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (PKBL) Permen BUMN RI Nomor PER-02/MBU/7/2017 merupakan penyempurnaan terhadap permen BUMN Nomor PER-02/MBU/7/2017 Tentang Program Kemitraan dan Program Bina lingkungan Badan Usaha Milik Negara sebagaimana telah diubah dengan permen BUMN Nomor PER-03/MBU/12/2016. Pada pasal 2 (dua) disebutkan bahwa: (1) perum dan persero wajib melaksanakan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan dengan memenuhi ketentuan-ketentuan yang diatur dalam peraturan ini.
2. Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 Selain BUMN, saat ini Perseroan Terbatas (PT) yang mengelola atau oprasionalnya terkait dengan Sumber Daya Alam (SDA) diwajibkan melaksanakan program *CSR*, karena telah diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Thaur 2007. Dalam pasal 74 diatur bahwa :
 - a) Perseroan yang melanjutkan kegiatan usahanya di bidang dan / atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan,

- b) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran,
- c) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan,
- d) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan
- Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas ini mewajibkan seluruh perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk menyelenggarakan program *CSR*, dan mengharuskan perusahaan memasukan program *CSR* dalam rencana kerja tahunan perusahaan.
4. Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007
- Peraturan lain yang mewajibkan *CSR* adalah Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007, tentang Penanam Modal, baik penanaman modal dalam negeri, maupun penanaman modal asing. Dalam Pasal 15 (b) dinyatakan bahwa “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.” Sanksi-sanksi terhadap badan usaha atau perseorangan yang melanggar peraturan, diatur dalam Pasal 34, yaitu berupa sanksi

administratif dan sanksi lainnya, diantaranya: (a) peringatan tertulis; (b) pembatasan kegiatan usaha; (c) pembekuan kegiatan usaha dan atau fasilitas penanaman modal; atau (d) pencabutan kegiatan usaha dan/ atau fasilitas penanaman modal.

5. Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001

Khusus bagi perusahaan yang operasionalnya mengelola sumber Daya Alam (SDA) dalam hal ini minyak dan gas bumi, terkait oleh Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001, tentang Minyak dan Gas Bumi, disebutkan pada Pasal 13 ayat 3 (p), “Kontrak Kerja Sama sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok yaitu; (p) pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat”.

6. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2011 tentang Penanganan Fakir Miskin.

Undang-Undang ini tidak membahas secara khusus peran dan fungsi perusahaan dalam menangani fakir miskin, melainkan terdapat klausul dalam Pasal 36 ayat 1 “Sumber pendanaan dalam penanganan fakir miskin, meliputi : c. Dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan.” Diperjelas dalam, ayat 2 Dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) digunakan sebesar-besarnya untuk penanganan fakir miskin. Sedangkan pada Pasal 41 tentang Peran Serta Masyarakat, dalam ayat 3 dijelaskan bahwa “pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf j berperan serta dalam menyediakan dana pengembangan masyarakat sebagai perwujudan dari tanggung jawab sosial terhadap penanganan fakir miskin.

7. ISO 26000

Dengan menggunakan istilah *Guidance Standard on Social Responsibility*, menunjukkan bahwa ISO 26000 tidak hanya dipertentukan bagi *corporate* (perusahaan) melainkan juga untuk semua sektor publik dan privat. Tanggung jawab sosial dapat dilakukan oleh institusi pemerintah, *Non Governmental Organisation (NGO)* dan tentunya sektor bisnis, hal itu dikarenakan setiap organisasi dapat memberikan akibat bagi lingkungan sosial maupun alam. Sehingga adanya ISO 26000 ini membantu organisasi dalam pelaksanaan *Social Responsibility*, dengan cara memberikan pedoman praktis, serta memperluas pemahaman publik terhadap *Social Responsibility*.

Menurut Princess of Wales Foundation, terdapat 5 hal yang dapat mempengaruhi penerapan *CSR*, yaitu: (Untung, 2009).

1. *Human Capital* (pemberdayaan Manusia), yaitu kemampuan masyarakat bisa mengembangkan diri mereka
2. *Environments* di bidang lingkungan, ditinjau dalam lingkungan stakeholders Tanggung jawab sosial (*CSR*) bukanlah tentang uang yang dikeluarkan melainkan menyangkut integritas dan nilai etika yang tidak dapat diukur dengan materi.
3. *Good corporate governance*, adalah peraturan yang diterapkan pemerintah mengenai bagaimana sumber daya perusahaan diatur.
4. *Social Cohesion* bertujuan agar semua golongan memiliki kedudukan yang sama dan bersama-sama membangun tujuan yang sama.

5. *Economic strength* yaitu bertujuan agar masyarakat mampu membangun ekonomi dengan cara mereka sendiri dan mampu membangun ekonomi menjadi lebih maju lagi.

Kegiatan *CSR* sangat penting karena terdapat 5 teori yang mendukung, yaitu (Hadi, 2011) :

1. Teori *Stakeholder*

Dalam teori kepentingan merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan dalam perusahaan. Pemangku kepentingan yang disebut *stakeholder* memiliki kepentingan yang beragam, sehingga penyeimbangan dari berbagai kepentingan merupakan hal yang harus dilakukan oleh perusahaan. Teori *stakeholder* mengharuskan perusahaan untuk peduli terhadap keadaan sosial untuk menarik investor.

2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi mengemukakan bahwa perusahaan dan komunitas adalah hal yang tidak dapat dipisahkan (*social contract*). Perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya memerlukan dukungan dari komunitas atau semua golongan lapisan masyarakat.

3. Teori Kontrak Sosial

Teori kontrak sosial menyatakan bahwa antara masyarakat dan perusahaan saling memberi keuntungan satu sama lain mengingat keberadaan perusahaan telah dijamin oleh pemerintah, dan masyarakat yang juga mendukung perusahaan.

4 Teori Suistinabilitas Korporasi

Menurut teori suistinabilitas korporasi, terdapat 3 hal penting yang harus diperhatikan, yaitu kondisi ekonomi sosial, dan lingkungan. Ketiga hal ini akan membantu perusahaan untuk memajukan perusahaannya, dan menekankan bahwa masyarakat dan lingkungan merupakan elemen penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk menjaga keseimbangan perusahaan.

5. Teori *Political Economy*

Menurut teori *political economy*, faktor politik dan ekonomi saling berhubungan, factor ekonomi berdampak pada masyarakat dan lingkungan, sehingga perusahaan wajib memperhatikan dan melaksanakan program CSR di perusahaanya.

Beberapa program yang dapat mendukung kegiatan CSR perlu dilakukan perusahaan, seperti (Kotler dan Lee, 2013):

1. *Cause Promotion*

Program *cause promotion* dilakukan dengan tujuan untuk membentuk persepsi masyarakat untuk memberikan pandangan yang baik pada perusahaan dan mengajak semua golongan masyarakat. yaitu pada produk perusahaan sehingga masyarakat tertarik untuk membeli produk perusahaan, misalnya bahwa perusahaan anlene yang mengugah kesadaran perusahaan bahaya *osteoporosis* sehingga untuk mengatasi hal tersebut perlu mengkonsumsi anlene.

2. *Cause Related Marketing*

Dalam program ini, perusahaan memberikan sebagian penjualan dari harga suatu barang untuk didonasikan atau disumbangkan. Misalnya pepsodent yang memberikan sumbangan uang dari penjualannya. “Membeli pepsodent berarti membantu saudara kita yang membutuhkan”.

3. *Corporate Social Marketing*

Dalam program ini, perusahaan memberikan pengaruh atau pandangan perilaku masyarakat dari kurang baik menjadi baik dengan cara menggunakan *corporate* sebagai ajang untuk melakukan pemasaran.

4. *Corporate philanthropy*

Program ini berupa pemberian kontribusi bantuan secara langsung baik dalam bentuk dana maupun jasa kepada pihak yang membutuhkan. Misalnya untuk mengurangi penggunaan rokok yang membahayakan tubuh.

5. *Corporate Volunteering*

Program ini berupa mengajak karyawan untuk melakukan aktifitas *CSR* dengan memberikan dana atau jasa kepada pihak yang membutuhkan secara langsung.

6 *Social Responsibility Business Practice*

Merupakan cara perusahaan mengatur bisnisnya dengan melakukan praktik bisnis dengan system bisnis yang bertujuan untuk mensejahterakan para pemangku kepentingan *stakeholders*.

Program yang dijalankan sebagai kegiatan *CSR* akan diungkapkan dalam laporan berkelanjutan perusahaan. Pengungkapan berarti mempublishkan

informasi ke khalayak ramai sebagai bentuk tanggungjawab kepada pemangku kepentingan (pemakai informasi). Pengungkapan *CSR* adalah pengungkapan informasi tentang tanggung jawab sosial yang biasa dilaporkan di laporan keuangan perusahaan. Terdapat dua hal yang mendorong perusahaan melakukan pengungkapan *CSR* yaitu *internal factors* dan *eksternal factors* (Viviliana, Mar'I., 2016). *Internal factors*, yaitu dari nilai, kebijakan manajemen, strategi dan tujuan perusahaan sedangkan eksternal factor yaitu dari adanya regulasi, hukum, dan kewajiban analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL). Ketika telah ada regulasi yang mengatur tentang kewajiban perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial (*CSR*), yaitu sejak keluarnya UU No. 40 Tahun 2007, pengungkapan *CSR* wajib dilakukan perusahaan yang melakukan operasional atau pemanfaatan sumberdaya alam yang berpengaruh pada lingkungan.

Konsep pengungkapan *CSR* digagas dalam *Global Reporting Inisiative (GRI)*. *GRI* adalah organisasi non pemerintah yang mengembangkan dan menyebarkan pedoman pelaporan keberlanjutan yang berlaku secara global mengharuskan perusahaan menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian standard disclosures. Standard *GRI* dikeluarkan oleh *Global Sustainability Standard Board (GSBB)*. Standard *GRI* menyamakan satu bahasa untuk organisasi dan pemangku kepentingan, sehingga dampak ekonomi dan lingkungan dan sosial dapat dipahami dan dikomunikasikan Dalam pelaporan keberlanjutan *standard GRI*, ditetapkan prinsip-prinsip pelaporan, pengungkapan standar, dan panduan penerapan

untuk penyusunan laporan keberlanjutan oleh organisasi, apapun ukuran, sektor atau lokasinya (Mujisah N, 2018) .

Standard GRI terbaru yang ditetapkan di Indonesia tahun 2021, setelah *GRI-G2, G3 dan G4*. *Standard GRI* mewakili praktik terbaik secara global dalam hal pelaporan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial kepada publik. *Standard GRI* merupakan penyempurna *Standard GRI* terdahulu. Tetapi isi dari *standard GRI* tidak jauh berbeda dengan pedoman *GRI- G4*. *Standar GRI* memberikan gambaran inklusif tentang *topic* material organisasi, dampak terkaitanya dan bagaimana dampak-dampak tersebut dikelola. Total indikator yang ada di dalam *standard GRI* yaitu 91 item yang dapat diakses pada halaman (www.globalreporting.org). Pengungkapan *CSR* dapat diukur menggunakan rumus :

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRDI : *Corporate social responsibility disclosure index* perusahaan j.

Nj : Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 91$

Xij : Jumlah item yang diungkapkan, jika diungkapkan diberi nilai 1,
Jika tidak diungkapkan diberi nilai nol.

2. Rasio *Leverage*

Leverage yaitu hutang yang dimiliki oleh perusahaan. *Leverage* dapat berperan sebagai penghambat atau justru mendorong sebuah perusahaan untuk melakukan kegiatan *CSR*.

Menurut Harahap (2013), *leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal. Rasio ini dapat

memberikan informasi seberapa banyak perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal perusahaan. Rasio ini menunjukkan risiko keuangan yang dihadapi perusahaan. Dengan adanya komponen modal yang berasal dari hutang, pemilik akan memperoleh manfaat berupa keuntungan yang diperoleh dari penambahan modal, tetapi di sisi lain pemilik harus membayar bunga hutang.

Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat risiko tak tertagihnya suatu hutang (Purnasiwi, 2011). Rasio *leverage* yang dapat digunakan di antaranya *Total Debt to Total Assets (DTA)* dan *Debt to Equity Ratio (DER)*. *DER* merupakan perbandingan antara total hutang terhadap ekuitas perusahaan.

Pengukuran *leverage* yang digunakan dalam penelitian ini serupa dengan penelitian Leksono (2018) yaitu rasio hutang terhadap modal atau *DER*.

$$\text{Debt Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100 \%$$

3. Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Ukuran perusahaan - besar atau kecil - dapat diukur dengan total aset, penjualan volume, jumlah tenaga kerja, dan nilai kapitalisasi pasar. Semakin besar total aset, semakin besar ukuran perusahaan (Triyanto, 2010). Total *asset* dapat digunakan sebagai skala pengukuran dan dapat menggambarkan ukuran perusahaan (Yuliani dan Sukirman, 2015). Perusahaan besar yang memiliki total *assets* lebih besar, lebih berpeluang memberikan kesejahteraan pihak *internal* yang lebih besar seperti gaji, bonus, jabatan dan lain lain. Bagi pihak

eksternal, pada saat berinvestasi, perusahaan besar lebih dapat memberikan keuntungan (deviden). Besarnya perusahaan menjadi perhatian para investor karena investor cenderung akan menginvestasikan modal ke perusahaan yang maju dengan pesat, dan memiliki citra yang baik (Munsaidah, Andini, Supriyanto, 2016). Citra yang baik itu, dibangun melalui kecenderungan melakukan pengungkapan *CSR*, sehingga menambah dukungan dari masyarakat dan meningkatkan nilai perusahaan. Tanpa ada investor maka perusahaan tidak dapat mendapatkan banyak modal untuk perusahaan dan masyarakat yang memiliki peran penting sebagai konsumen dan pendukung segala aktifitas perusahaan untuk keberlangsungan perusahaan di masa yang akan datang.

Firm Size dinilai dengan besarnya nilai *assets*, dan untuk keperluan analisis data, perbedaan nilai *assets* perusahaan dinyatakan dalam Log normal nilai *assets* sebagai bentuk perlakuan yang sama (menyetarakan) atas nilai *assets* untuk semua perusahaan. Penyetaraan nilai *assets* tersebut bukan berarti merubah data penelitian. Dalam kata lain, ukuran perusahaan diprosikan menggunakan Log Natural total aset, bertujuan mengurangi perbedaan yang signifikan antara perusahaan besar dan ukuran perusahaan yang kecil sehingga data dari total aset dapat terdistribusi dengan normal (Putri, 2017 dalam Wati, 2021). Penyetaraan nilai *assets* dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut

:

Firm Size (ukuran Perusahaan) = Log Natural Total aset

4. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas atau sering juga disebut dengan nama rasio modal kerja merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan (Kasmir, 2016). Cara mengetahuinya adalah dengan membandingkan komponen yang ada di neraca, yaitu total aktiva lancar dengan total pasiva lancar (hutang jangka pendek). Penilaian dapat dilakukan untuk beberapa periode sehingga terlihat perkembangan likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu. Rasio likuiditas adalah rasio yang digunakan untuk memenuhi kewajiban finansial jangka pendek sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Perusahaan tersebut berarti perusahaan dalam keadaan likuid, sehingga perusahaan mampu mengembalikan dana pinjaman dengan aktiva yang dimiliki.

Macam macam rasio likuiditas beserta pengukurannya sebagai berikut Kasmir (2016):

1) *Curent Ratio* (Rasio Lancar)

Rasio lancar atau *current ratio* merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Mencari rasio lancar atau *current ratio* menggunakan rumus sebagai berikut (Kasmir, 2016) :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100 \%$$

2) *Quick Ratio* (Rasio Cepat)

Rasio cepat (*quick ratio*) atau rasio sangat lancar atau *acid test ratio* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau hutang lancar (hutang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai persediaan atau *inventory* (Kasmir, 2016). Artinya nilai persediaan kita abaikan, dengan cara dikurangi dari nilai total aktiva lancar. Hal ini dilakukan karena persediaan dianggap memerlukan waktu relatif lebih lama untuk diuangkan, apabila perusahaan membutuhkan dana cepat untuk membayar kewajibannya dibandingkan dengan aktiva lancar lainnya.

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100 \%$$

3) *Cash Ratio* (Rasio Kas)

Rasio kas atau *cash ratio* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar hutang (Kasmir, 2017). Uang kas ditunjukkan dengan dana kas setara kas seperti tabungan atau dana cash yang lainnya. Sehingga rasio ini sangat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengembalikan pinjamannya dengan jaminan kas yang dimiliki. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut (Kasmir, 2017)

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Bank}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100 \%$$

4) *Cash Turnover Ratio* (Rasio Perputaran Kas)

Cash turnover ratio merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Ketersediaan uang kas dapat ditunjukkan dari tersedianya dana kas atau yang setara

dengan kas seperti rekening giro atau tabungan di bank yang dapat ditarik setiap saat (Kasmir, 2016)

$$\text{Perputaran Kas} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Rata rata Kas dan Setara Kas}} \times 100 \%$$

Tujuan dan manfaat rasio likuiditas adalah (Kasmir, 2016) :

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. Artinya, kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai jadwal batas waktu yang telah ditetapkan (tanggal dan bulan tertentu).
2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan.
3. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang.
4. Untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah persediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.
5. Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.
6. Sebagai alat perencanaan kedepan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan hutang.
7. Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya untuk beberapa periode.
8. Untuk melihat kelemahan yang dimiliki perusahaan, dari masing-masing komponen yang ada di aktiva lancar dan utang lancar.

5. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi (Fahmi, 2017). Profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan untuk mengelola aktivitya untuk menjadi laba atau keuntungan perusahaan sehingga berdampak pada penjualan dan pengembalian investasi yang cepat.

Rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan beberapa cara yaitu sebagai berikut :

1) *Net Profit Margin (NPM)*

Menurut Hery (2015), *Net Profit Margin (NPM)* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentasi laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Profitabilitas dapat diukur dengan laba bersih, laba bersih dihitung dari per pendapatan. Perusahaan dengan *NPM* tinggi lebih mudah untuk mempertahankan perusahaan di masa sulit karena perusahaan memiliki laba yang tinggi sehingga perusahaan mampu mengelola perusahaan ketika terjadi masa sulit dan perusahaan dengan *NPM* tinggi lebih menarik banyak investor. Sedangkan rumus untuk mencari *net profit margin* sebagai berikut (Kasmir, 2016)

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100 \%$$

2) *Gross Profit Margin (GPM)*

Menurut Lyn M. Fraser dan Aileen Ormiston dalam Irham (2017), margin laba kotor menggambarkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur kemampuan sebuah perusahaan untuk menekan biaya persediaan dan biaya operasi sehingga harga produk lebih kecil dibanding dengan harga penjualan sehingga perusahaan dapat mengambil laba dari selisih harga tersebut.. Atau lebih jauh menurut Joel G. Siegel dan Jae K. Shim dalam Irham (2017) Persentase dari sisa biaya penjualan setelah sebuah perusahaan membayar barangnya juga disebut margin keuntungan kotor (*Gross Profit Margin*) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Gros Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}} \times 100 \%$$

3) *Return On Investment (ROI)*

Menurut Fahmi (2017), *Return On Investment (ROI)* adalah rasio yang mengukur tentang keefektifitasan manajemen dalam mengelola dana investasi dan bagaimana manajemen melakukan pengembalian tersebut dan memberikan keuntungan baik bagi perusahaan maupun investor. Dengan Rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100 \%$$

4) *Return on Assets (ROA)*

Menurut Kasmir (2016) *ROA* digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki. *Return On Asset (ROA)* sangat penting bagi perusahaan karena rasio ini mampu merefleksikan kemampuan perusahaan dalam mengelola aktiva yang

dimiliki untuk menjadi laba. Dalam beberapa literature *ROA* sering kali disamakan dengan *ROI (Return On Investment)*. *Return On Asset (ROA)* dapat diukur dengan membandingkan laba bersih setelah pajak terhadap total aktiva. Secara matematis *ROA* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100 \%$$

5) *Return on Equity (ROE)*

Return on equity merupakan rasio mengukur sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba dan ekuitas (Irham, 2017)

ROE dapat diukur dengan membandingkan laba setelah pajak dengan total ekuitas. *ROE* menunjukkan hasil pendapatan yang dapat diolah menjadi modal untuk perusahaan dan seberapa besar pengembalian modal untuk para pemegang saham. Menurut Kasmir (2016), *ROE* merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. Rasio ini dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100 \%$$

Menurut Kasmir (2016), tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

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

Manfaat rasio profitabilitas menurut Kasmir (2014), yaitu:

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

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti lain, dapat dipakai sebagai bahan pengkajian terutama penelitian dengan obyek penelitian (populasi) dari perusahaan yang sejenis (Komang dan Wayan, 2019). Penelitian pada obyek yang sama, suatu hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan segala keterbatasannya. Adapun beberapa penelitian terdahulu adalah sebagai berikut

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<p>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Sektor Pertambangan, data 2010-2012</p> <p>Oleh : Aditya Dharmawan Krisna, dan Novrys Suhardianto (2016)</p>	<p>a. Variabel Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Perusahaan 2. Profitabilitas 3. Leverage 4. Kepemilikan Institusional 5. Dewan Komisaris berpengaruh positif tidak signifikan terhadap CSR 6. Dewan Direksi 7. Komite Audit <p>b. Variabel Dependen : Pengungkapan CSR</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR 3. Leverage berpengaruh negatif terhadap CSR 4. Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap CSR 5. Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap CSR 6. Dewan Direksi berpengaruh positif terhadap CSR 7. Komite Audit berpengaruh positif terhadap CSR
2	<p>Pengaruh Size, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility</p> <p>Sektor Pertambangan. Periode 2013-2017 Sampel 15 Perusahaan, data pengamatan 60</p> <p>Tria Dewi Putri 2019</p>	<p>a. Variabel Independen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Size 2. Profitabilitas 3. Leverage <p>b. Variabel Dependen Pengungkapan CSR</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Size berpengaruh positif terhadap CSR 2. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap CSR 3. Leverage berpengaruh positif terhadap CSR

3.	<p>Pengaruh Good Corporate Governance dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Sektor Perusahaan dalam Indonesian Sustainability Report Award (ISRA), data tahun 2014-2016</p> <p>Oleh : Aurellia Adi Leksono (2018)</p>	<p>a. Variabel Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Komite Audit berpengaruh 2. Dewan Komisaris 3. Ukuran Perusahaan 4. Profitabilitas 5. Leverage <p>b. Variabel Dependen : Pengungkapan CSR</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komite Audit berpengaruh negatif terhadap CSR 2. Dewan Komisaris berpengaruh negatif terhadap CSR 3. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR 4. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR 5. Leverage berpengaruh positif terhadap CSR
4.	<p>Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Perusahaan Sektor Manufaktur, data 2014-2016)</p> <p>Oleh : Yunus Pakpahan, dan Lasmanita Rajagukguk (2018)</p>	<p>a. Variabel Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas 2. Ukuran Perusahaan 3. Ukuran Dewan Komisaris 4. Media Exposure <p>b. Variabel Dependen : Pengungkapan CSR</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR 2. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR 3. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap CSR 4. Media Exposure berpengaruh positif terhadap CSR

5	<p>Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility</p> <p>Perusahaan Manufaktur Periode 2014-2017, sampel 39, data pengamatan 156</p> <p>Irine Fauziah, dan Nur Fadjrih Asyik 2019</p>	<p>a. Variabel Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas 2. Likuiditas 3. Leverage 4. Ukuran Perusahaan 5. Ukuran Dewan Komisaris <p>b. Variabel Dependen : Pengungkapan CSR</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR 2. Likuiditas berpengaruh positif terhadap CSR 3. Leverage berpengaruh positif terhadap CSR 4. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR 5. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh negatif terhadap CSR
6	<p>Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman, data 10 Perusahaan 2015-2017)</p> <p>Oleh : Delaneira Puspita Permatasari, dan Dini Widyawati (2019)</p>	<p>a. Variabel Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas 2. Ukuran Perusahaan 3. Kepemilikan Saham Publik <p>b. Variabel Dependen : Pengungkapan CSR</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR 2. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR 3. Kepemilikan Saham Publik berpengaruh negatif terhadap CSR

7	<p>Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman). Data 22 Perusahaan 2016-2019 Oleh : Winta Riska Wati (2021)</p>	<p>a. Variabel Independen : 1. Likuiditas 2. Ukuran perusahaan 3. Ukuran Dewan Komisaris 4. Komite Audit</p> <p>b. Variabel Dependen : Pengungkapan CSR</p>	<p>1. Likuiditas berpengaruh positif terhadap CSR 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR 3. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap CSR 4. Komite Audit berpengaruh negatif terhadap CSR</p>
8	<p>Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR di Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman). Data 12 Perusahaan 2013-2016 Oleh : Zuhrotul Warda dan Dini Widyawati (2018)</p>	<p>a. Variabel Independen : 1. Profitabilitas 2. Ukuran perusahaan 3. Leverage</p> <p>b. Variabel Dependen : Pengungkapan CSR</p>	<p>1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR 3. Leverage berpengaruh negatif terhadap CSR</p>
9	<p>Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas, Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman data semua perusahaan sebanyak 13 Perusahaan 2014-2018 Oleh : Enny Arita, dan Rishendri Mukhtar (2019)</p>	<p>a. Variabel Independen : 1. Profitabilitas 2. Leverage 3. Likuiditas</p> <p>b. Variabel Dependen : Pengungkapan CSR</p>	<p>1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR 2. Leverage berpengaruh negatif terhadap CSR 3. Likuiditas berpengaruh negatif terhadap CSR</p>

10	<p>Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman) Data 15 Perusahaan Periode 2014-2017 Oleh :</p> <p>Lutfia Nurlaili Rahmawati (2019)</p>	<p>a. Variabel Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Profditabilitas 2. Ukuran perusahaan 3. Pertumbuhan Perusahaan <p>b Variabel Dependen : Pengungkapan CSR</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR 2. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap CSR 3. Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh negatif terhadap CSR
11	<p>Pengaruh Konvergensi IFRS Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sector food and beverage 2013-2017 Sri Ayem Fichy Rohana (2019)</p>	<p>a. Variabel Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. IFRS 2. Profitabilitas <p>b Variabel Dependen : Pengungkapan CSR</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. IFRS Konvergensi (Penyesuaian Standar Akuntansi) berpengaruh negatif terhadap Pengungkapan CSR 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.

12	<p>Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Kepemilikan Saham Publik Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility</p> <p>Sektor Makanan dan Minuman 2014-2016. Sampel 11, data 33</p> <p>Andriyana Komang dan Wayan (2019)</p>	<p>a. Variabel Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Perusahaan 2. Profitabilitas 3. Leverage 4. Kepemilikan Saham Publik <p>b Variabel Dependen : Pengungkapan CSR</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan Corporate Social Responsibility, b. Profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan Corporate Social Responsibility. c. Leverage berpengaruh negatif pada pengungkapan Corporate Social Responsibility. 4. Kepemilikan saham publik berpengaruh negative pada pengungkapan Corporate Social Responsibility.
13	<p>Company Characteristic Analysis on Implementation of Green Business in Food and Beverage's Companies Listed in Indonesian Stock Exchange</p> <p>Company Food and Beverege 2013-2015, sampel 16 Perusahaan</p> <p>Mentiana Sibaran., Dina Karamani, Alam Avrianto (2018)</p>	<p>a. Variabel Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Profitability 2. Leverage 3. Growth Sales <p>b Variabel Dependen : Pengungkapan CSR</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitability influence positively to CSRD. 2. Leverage influence negative to CSRD 3. Growth Sales influence negatif to CSRD

14	<p>Profitability And Corporate Social Responsibility: An Analysis Of Indonesia's Listed Company</p> <p>Samples are taken from 543 listed companies in Indonesia from 2007 to 2009</p> <p>Marko S. Hermawan Stephanie G. Mulyawan (2014)</p>	<p>a. Variabel Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Profitability- Net Profit Margin 2. Profitability-Return On Assets 3. Profitability-Return On Equity 4. Firm Size <p>b Variabel Dependen : Pengungkapan CSR</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitability ratio of Net Profit Margin (NPM) influence negative to CSR 2. Profitability ratio of Return On Assets (ROA) influence . positive to CSR 3. Profitability ratio of Return On Equity (ROE) influence positive to CSR . 4. Firm Size (Ln Total Aset) influence positive to CSR
----	---	---	---

C. Kerangka Pemikiran

Tuntutan masyarakat terhadap kesejahteraan, kelestarian lingkungan dan juga dengan adanya pasal 74 Undang-undang No 40 Tahun tentang Perseroan Terbatas, menyebabkan perusahaan-perusahaan kini menerapkan CSR dalam kegiatan bisnisnya (Hadi, 2011). Pengungkapan CSR dalam penelitian ini diukur dengan proksi *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (Warda dan Widyawati, 2018).

Pelaksanaan program CSR, memerlukan strategi tata kelola keuangan untuk mencapai kinerja efektif dan efisien, sehingga *performance* keuangan perusahaan dapat meningkatkan kepedulian atau tanggung jawab sosialnya terhadap komunitas bisnisnya (*stakeholder*). Teori *stakeholder* sebagai kontruksi penelitian, menurut Madra-Sawicka, Magdalena and Joanna Paliszkiwicz (2020), *is the interlinkages between finance and CSR from a microeconomic side are influenced by the impact of stakeholder and responsible investment that could create corporate behavior The financial performance of the company affects the*

social, ethical, and environmental behavior of the firm. Thus, financial performance is broadly constructed in CSR research.

Hasil kegiatan financial perusahaan (*performance*) yang berupa *leverage*, merupakan perbandingan antara total hutang dengan ekuitas (*Debt Equity Ratio* atau *DER*). *Leverage* merupakan indikator untuk mengukur kekuatan equity perusahaan sebagai sumber pembiayaan asset perusahaan (Riyanto 2013). Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi berarti perusahaan tersebut bergantung pada pinjaman (hutang) untuk membangun asetnya ($DER > 1$), sedangkan perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah berarti perusahaan tersebut lebih banyak menggunakan modal sendiri untuk membangun asetnya. $DER < 1$.

.Menurut Riyanto (2013), kebanyakan perusahaan industri dimana sebagian besar modalnya tertanam dalam aset tetap (*fixed assets*), akan mengutamakan pemenuhan modalnya dari modal yang permanen yaitu modal sendiri, sedang hutang sifatnya sebagai pelengkap. Sedangkan bagi perusahaan yang sebagian besar dari asetnya terdiri atas aset lancar akan mengutamakan kebutuhan dananya dengan hutang. Kondisi keuangan pertama dapat menyebabkan perubahan *leverage* makin menurun, dan kondisi kedua menyebabkan perubahan *leverage* makin meningkat.

Performance financial dalam bentuk Ukuran Perusahaan (*Firm Size*) pada penelitian ini diproksikan dengan nilai total *assets* (*Log Natural Total Asets*). Menurut Riyanto (2013) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada jumlah penjualan, rata-rata penjualan, dan total aset. Ukuran perusahaan yang besar dianggap sebagai suatu indikator yang menggambarkan tingkat resiko bagi investor untuk melakukan investasi pada

perusahaan tersebut. Bagi perusahaan memiliki kemampuan finansial yang baik, atau makin besar *asset*, maka diyakini bahwa perusahaan tersebut juga mampu memenuhi segala kewajibannya serta memberikan tingkat pengembalian yang memadai bagi investor. Disisi lain, makin besar perusahaan akan makin besar jumlah pemegang saham, makin besar dan makin banyak kegiatannya dan makin besar dampak kegiatannya terhadap kondisi sosial ekonomi dan lingkungan. Makin besarnya risiko bagi investor atau pemegang saham, menimbulkan perhatian yang makin besar dari investor agar perusahaannya meningkatkan tanggung jawab sosialnya (*CSR*). Dengan demikian, makin besar perusahaan, akan makin memperluas *CSR*, dan sebaliknya makin kecil perusahaan akan makin terbatas pengungkapan *CSR* nya (Sartono, Agus dan Ragil Sriharto, 2016)..

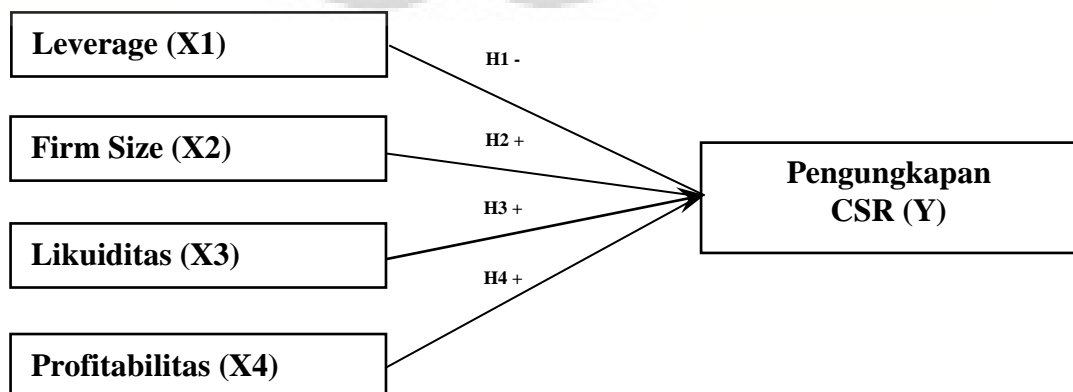
Performance financial dalam bentuk Likuiditas pada penelitian ini diprosikan dengan curent ratio (CR), yaitu perbandingan aktiva lancar dengan hutang lancar (Riyanto, 2013). Likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban keuangan jangka pendek dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia (Riyanto, 2013). Makin tinggi Likuiditas, makin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai biaya operasionalnya, termasuk biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosialnya (*CSR*). Makin tinggi Likuiditas, makin tinggi tingkat soliditas (kepercayaan) dari para kreditur, makin mudah menarik sumber dana eksternal (hutang), sehingga makin memperbesar kemampuan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya (Fauziah dan Asyik, 2019)

Performance financial dalam bentuk Profitabilitas pada penelitian ini diprosikan dengan *Return On Assets* (ROA), yaitu perbandingan laba bersih setelah pajak dengan total aktiva (Riyanto, 2013). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba selama periode tertentu. Meningkatnya Profitabilitas (*profitability*) akan meningkatkan daya tarik pihak *eksternal* dan kreditor, atau investor, dan jika kreditor semakin tertarik untuk menanamkan dananya ke dalam perusahaan, sangat memungkinkan makin besar perhatian kreditor dan investor agar perusahaan meningkatkan tanggung jawab sosialnya (Komang dan Wayan, 2019).

Dengan konsep kerangka berfikir yang mendasarkan pada konsep beberapa penelitian yang telah dilakukan, maka *performance financial* akan ditentukan oleh tata kelola keuangan terhadap *Leverage*, Likuiditas, *Firm Size* (Ukuran Perusahaan) dan Profitabilitas. *Performance financial* tersebut sangat penting untuk dikaji dan diteliti yang kaitannya dengan pengungkapan *CSR*. Penelitian ini dilakukan untuk memberi gambaran tentang pengungkapan *CSR* yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia, sehingga model kerangka yang dihasilkan yaitu sebagai berikut :

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran



D. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *CSR*

Performance financial dengan *leverage* yang tinggi, memberikan risiko tinggi bagi *stakeholder* untuk mendapatkan manfaat sesuai harapannya. Makin tinggi *leverage* makin besar beban tetap (bunga) yang dapat memperkecil keuntungan (*profit*), sehingga makin menurun bagian *profit* yang diperoleh pemegang saham. Pernyataan tersebut mendukung Teori legitimasi, berupa menurunnya soliditas perusahaan, sehingga *stakeholder* memerlukan informasi perusahaan untuk menghilangkan keraguan dan sekaligus untuk memberikan kepercayaan akan kemampuan perusahaan. Sebaliknya, jika perusahaan dengan efektif memanfaatkan hutang dan dapat memperoleh return yang lebih besar dari beban bunga, maka tambahan modal yang bersumber dari hutang lebih menguntungkan dari pada dibiayai dengan sumber internal atau modal sendiri (Riyanto, 2013). Pada posisi yang menguntungkan *shareholder*, atau akan memberikan manfaat pada pemegang saham, maka kepentingan *shareholder* adalah memperluas pengungkapan *CSR*. Dua kondisi yang kontradiktif, yaitu menurunnya soliditas atau kepercayaan pada perusahaan dan disisi lain *shareholder* memperoleh manfaat atas meningkatnya hutang (meningkatnya *leverage*), akan menyebabkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *CSR*, dan sebaliknya *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*.

Menurut Respati dan Hadiprajitno (2015), perusahaan yang tinggi *leverage* atau *debt ratio*-nya akan lebih mengungkapkan secara luas untuk memenuhi kebutuhan informasi para pemegang saham atau krediturnya.

Pernyataan tersebut dapat disangkutkan dengan teori *stakeholder*, dimana perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi kepada para *stakeholder* untuk menghilangkan keraguan dan menimbulkan kepercayaan akan kemampuan perusahaan, karena keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder*. Peneliti lain yang sependapat dengan Respati, dan Hadiprajitno (2015), adalah Komang dan Wayan, (2019). Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya (Purnasiwi, 2011 dalam Komang dan Wayan, 2019). Dengan memperhatikan pentingnya manfaat dan kebutuhan informasi perusahaan yang harus diperoleh atau dibutuhkan *stakeholder*, menyebabkan pengungkapan *CSR* semakin luas. Artinya, *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*.

Kondisi sebaliknya dikemukakan dalam penelitian sebelumnya, Arita, Enny dan Rishendri Mukhtar (2019), bahwa tatakelola *leverage* yang lebih mengamankan kepentingan *stakeholder* adalah *leverage* yang rendah atau kecenderungannya menurun dan diimbangi dengan pengungkapan *CSR* yang makin luas sesuai yang dikehendaki *stakeholder* atas kebutuhan informasi perusahaan. Pendapat ini mendukung pendapat Riyanto (2013), bahwa pada perusahaan industri dimana sebagian besar modalnya tertanam dalam aset tetap (*fixed assets*), akan mengutamakan pemenuhan modalnya dari modal yang permanen yaitu modal sendiri, sedang hutang sifatnya sebagai pelengkap. Dalam mempertegas pendapatnya, Arita dan Mukhtar (2019) menekankan pada pendapat Fahrizqi (2010), bahwa semakin tinggi *leverage*

maka kemungkinan besar perusahaan tersebut akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang sehingga pihak *manager* akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan dengan laba dimasa depan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial (*CSR*), hal tersebut didasari agar perusahaan dapat melaporkan laba sekarang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan). Dengan demikian konsep hubungan *leverage* dengan *CSR* bersifat negatif, artinya, *CSR* menurun akan diikuti dengan pengungkapan *CSR* yang makin luas.

Penerliti sebelumnya yang lain dan mendukung pendapat tersebut diantaranya Warda dan Widyawati (2018), periode penelitian 2013-2016, Arita dan Mukhtar (2019) dengan periode penelitian 2013-2018, penelitiannya menggunakan sampel atau obyek yang sama, yaitu Perusahaan Makanan dan Minuman. Kedua peneliti menyimpulkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *CSR*. Sesuai kerangka pemikiran tersebut dirumuskan hipotesis pertama:

H1 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *CSR*

2. Pengaruh *Firm Size* Terhadap Pengungkapan *CSR*

Performance financial yang menggambarkan besarnya Ukuran Perusahaan (*Firm Size*) akan mengurangi risiko bagi stakeholder untuk mendapatkan manfaat sesuai harapannya. Dalam konsep skala optimal, makin besar perusahaan akan mendapat keuntungan biaya rendah sebagai akibat harga produk perunit yang rendah. Perusahaan besar disamping sebagai penentu profitabilitas, juga lebih mudah untuk mendapatkan dana guna keperluan

investasinya. Kemudahan mendapatkan sumber dana, menyebabkan makin banyak kreditur dan pemegang sahamnya, dan makin kuat mempengaruhi agar perusahaan memperluas pengungkapan *CSR*.

Menurut Respati dan Hadiprajitno (2015), perusahaan yang lebih besar akan mendapatkan perhatian yang lebih dari masyarakat karena dampak yang mungkin ditimbulkan oleh perusahaan tersebut lebih besar apabila dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Teori biaya politik mendukung pernyataan tersebut. Teori biaya politik menjelaskan bahwa perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung mendapat pengawasan dan perhatian dari masyarakat dan memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Makin intensifnya pengawasan dari stakeholder akan memperluas pengungkapan *CSR* (Respati, dan Hadiprajitno. 2015). Hal tersebut dimaksudkan, *firm size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*. Kondisi sebaliknya dapat terjadi, sebagaimana dikemukakan Riyanto (2013), Sartono dan Sriharto (2016).

Menurut Riyanto (2013), bagi perusahaan yang sebagian modalnya tertanam dalam aset tetap (*fixed assets*), akan mengutamakan pemenuhan modalnya dari modal yang permanen yaitu modal sendiri (ekuitas). Pada perusahaan yang tidak menjalankan prinsip keuangan tersebut, dapat mengalami kesulitan keuangan, bahkan kebangkrutan jika tidak efektif membelanjakan modal hutangnya, karena adanya risiko beban tetap atau bunga atas hutang. Beban tetap yang diakibatkan kesalahan dalam menerapkan prinsip keuangan tersebut akan membatasi pengungkapan *CSR*.

Kesalahan penerapan prinsip keuangan sesuai pendapat Riyanto (2013), sangat mungkin terjadi, hal ini didukung pendapat Sartono dan Sriharto, (2016) yang dalam bukunya mempertegas pendapat Rajan dan Zingales (1995), bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka kecenderungan untuk menggunakan dana *eksternal* juga akan semakin besar. Dengan demikian, kesalahan penerapan prinsip keuangan yang menimbulkan beban tetap akan membatasi pengungkapan *CSR*. Artinya, ukuran perusahaan (*firm size*) berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *CSR*.

Peneliti sebelumnya yang melakukan penelitian dengan obyek Sektor Perusahaan Makanan dan Minuman, antara lain Fauziah dan Asyik (2019), Komang dan Wayan (2019) hasil penelitiannya ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*.

Berdasarkan kerangka pemikiran sesuai penelitian sebelumnya, dirumuskan Hipotesis Kedua.

H2 : *Firm Size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*

3. Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan *CSR*

Performance financial dalam bentuk likuiditas, menurut Riyanto (2013) menggambarkan kemampuan perusahaan menyediakan alat likuidnya untuk kepentingan pembiayaan operasional perusahaan maupun kemampuan pembayaran akibat ketidak pastian pada pendapatan dan biaya (Likuiditas Perusahaan) dan pembayaran penagihan hutang jangka pendek setiap waktu yang sehera harus diselesaikan dengan kreditur (Likuiditas Badan Usaha),

Likuiditas dikaitkan dengan besarnya jumlah hutang lancar atau hutang yang harus segera dibayar, maka sebagian dari aktiva lancar harus disediakan

untuk memenuhi kewajiban finansial yang segera harus dilakukan, di mana bagian aktiva lancar ini tidak boleh digunakan untuk membiayai operasi perusahaan untuk menjaga likuiditasnya (Riyanto, 2013). Dengan demikian likuiditas yang makin besar akan makin memperkecil risiko kreditor atas piutangnya pada perusahaan, sehingga kreditor mendapatkan manfaat berupa jaminan pengembalian atas piutangnya.

Adanya manfaat yang diperoleh *stakeholder* dengan makin besarnya likuiditas, maka makin mempermudah terhadap alokasi penyediaan dana untuk kegiatan *CSR*. Pernyataan tersebut mendukung Teori Legitimasi berupa pengakuan dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat. Makin tinggi likuiditas, maka perusahaan akan mendapatkan soliditas atau kepercayaan dari *stakeholder*. Rasio likuiditas yang tinggi berhubungan dengan tingkat pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* yang tinggi. Likuiditas yang tinggi akan semakin tinggi kekuatan keuangan suatu perusahaan, maka perusahaan cenderung memberikan informasi yang lebih luas dari pada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah (Romadhona dan Wibowo, 2020 dalam Wati, 2021). Dua kondisi kekuatan keuangan perusahaan atas tingginya likuiditas, disatu sisi, perusahaan dengan kekuatan keuangan yang tinggi akan memperluas pengungkapan *CSR*, artinya likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR* dan sebaliknya, lemahnya kekuatan likuiditas akan membatasi kelancaran operasional perusahaan, sehingga menurunkan pengungkapan *CSR*.

Penelitian sebelumnya, Wati (2019), dengan periode penelitian 2016-2019, Fauziah dan Asyik (2019) dengan periode penelitian 2014-2017, melakukan penelitian di sektor Makanan dan Minuman. Kedua penelitian dalam kesimpulannya menyatakan likuiditas berpengaruh positif terhadap CSR. Berdasarkan kerangka pemikiran sesuai penelitian sebelumnya, dirumuskan Hipotesis Ketiga,

H3 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

4. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Performance financial dalam bentuk Profitabilitas menurut Riyanto (2013), merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari kegiatan operasional perusahaan dalam periode tertentu. Profitabilitas menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan. Semakin tinggi laba yang dihasilkan, maka akan semakin tinggi return yang diperoleh oleh stakeholders. Semakin tinggi *return*, makin memberikan keleluasaan pada perusahaan untuk mengalokasikan dana pada program CSR.

Menurut Respati, dan Hadiprajitno (2015), semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya (Heinze dan Gray, 1976 dalam Wardhani, 2013) Lebih lanjut dijelaskan bahwa profitabilitas suatu perusahaan merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial Pernyataan tersebut dapat disangkutkan dengan teori stakeholder, dimana perusahaan memiliki tanggung jawab kepada para stakeholder untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka demi mempertahankan dukungan mereka. Semakin tinggi tingkat profitabilitas,

semakin rinci pula informasi *CSR* yang diberikan oleh pihak manajemen. Dalam hal ini profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*. Kondisi sebaliknya dapat terjadi jika, pembiayaan *assets* tetap yang mendominasi *assets* perusahaan diperoleh dari sumber hutang, sehingga tidak sesuai dengan prinsip keuangan (Riyanto, 2013)

Penelitian sebelumnya tentang Profitabilitas dengan obyek (sampel) perusahaan sektor makanan dan minuman, antara lain dilakukan peneliti Wanda dan Widyawati (2018) dengan periode penelitian 2013-2016, Komang dan Wayan (2019) periode penelitian 2014-2016, Arita dan Mukhtar (2019) dengan periode penelitian 2014-2018, Permatasari dan idyawati (2019), dengan periode penelitian 2015-2017, Sibarani dan Karamani (2018) dengan periode penelitian 2013-2015, Rohana (2019) dengan periode penelitian 2013-17, Ketujuh penelitian menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*. Berdasarkan kerangka pemikiran sesuai hasil penelitian sebelumnya, dirumuskan Hipotesis Keempat

H4 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*