

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEORI

1. *Theory Stakeholder*

Stakeholder theory pertama kali di gagas oleh R.Edward Freeman (Freeman, 1984). Teori stakeholder merupakan teori yang menjelaskan bagaimana suatu pertemuan atau orang dapat berdampak atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan otoritatif. Hipotesis mitra menekankan tanggung jawab otoritatif, jauh melampaui pameran moneter atau keuangan dasar. Hipotesis ini menyatakan bahwa asosiasi akan memutuskan untuk secara sengaja mengungkap data tentang pelaksanaan alami, sosial, dan ilmiah mereka, jauh melampaui permintaan wajib mereka, untuk memenuhi asumsi mitra yang asli atau yang dirasakan. Teori stakeholder ini memberikan landasan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya saja melainkan dapat memberikan manfaat untuk stakeholder nya (Yanti & Budiasih, 2016). Manfaat tersebut diberikan melalui pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR adalah salah satu yang menjadi keuntungan sebagai strategi perusahaan untuk memberi kontribusi kepada manajemen risiko dan menjaga hubungan baik dengan stakeholder (Sutapa & Hanafi, 2019). Menurut (Rofiqkoh & Priyadi, 2016) terdapat beberapa alasan yang mendorong perusahaan tentang perlunya memperhatikan kepentingan stakeholder adalah sebagai berikut:

- a. Isu lingkungan yang melibatkan kepentingan di berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup masyarakat sekitar.
- b. Mendorong produk-produk yang diproduksi harus ramah lingkungan
- c. Para investor dalam menanamkan modalnya cenderung memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan serta program lingkungan.
- d. LSM dan pecinta lingkungan semakin kritis dalam mengkritik perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

2. *Legitimacy Theory*

Teori legitimasi pertama kali di kemukakan oleh (Suchman, 1995). Teori legitimasi berhubungan erat dengan teori stakeholder. Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin operasi mereka dalam batas dan norma yang berlaku dimasyarakat. Teori ini menjadi salah satu yang mendasari pengungkapan CSR. Dengan adanya pengungkapan CSR oleh perusahaan akan berdampak langsung pada legitimasi oleh masyarakat dan juga dapat meningkatkan nilai perusahaan terutama pada aspek sosialnya (Ale, 2018). Pengungkapan CSR adalah pekerjaan perusahaan untuk menyampaikan latihan-latihan sosial yang telah diselesaikan oleh organisasi untuk memperoleh keaslian dari daerah setempat sehingga daya tahan perusahaan terjamin (Suaryana & Febriana, 2011). Perusahaan

menggunakan laporan tahunan untuk menggambarkan tanggung jawab sosial dan lingkungan sehingga dapat menerima keberadaan perusahaan di lingkungan sekitar.

3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan corporate social responsibility ialah sesuatu proses pengkomunikasian akibat sosial serta area dari aktivitas ekonomi industri terhadap kelompok spesial yang berkepentingan serta warga secara keseluruhan (Daleski, 2009). Dipaparkan pula kalau pengungkapan data CSR dalam laporan keuangan sudah diatur pada Statment Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor. 1 tentang Penyajian Laporan Keuangan yang mengatakan kalau industri bisa membagikan laporan terpisah menimpa CSR. Pengungkapan data CSR dalam laporan keuangan pula diatur dalam Undang– undang No 40 Tahun 2007 Pasal 66 Ayat 2C yang melaporkan kalau laporan tahunan harus muat laporan tanggung jawab sosial serta area.

Standar pengungkapan CSR yang digunakan dalam riset ini mengacu pada standar GRI (Global Reporting Initiative). Pada standar GRI aspek kinerja dipecah jadi 3 komponen utama ialah kinerja ekonomi, kinerja area serta kinerja sosial yang mencangkup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan serta area kerja dan tanggung jawab produk serta warga (Daleski, 2009).

CSR yang ialah tanggung jawab sosial pada suatu industri terhadap akibat dari seluruh aktivitas operasional yang terjalin disekitar warga serta area yang diwujudkan dalam pembangunan berkepanjangan tercantum kesehatan serta kesejahteraan warga yang diungkapkan dalam laporan tahunan (Dewi & Ratna Sari, 2019). Dipaparkan pula Pasal 27 Undang-Undang Perseroan No 40 Tahun 2007 yang mengatakan kalau sumber energi alam yang digunakan pada sesuatu industri dalam aktivitas operasionalnya wajib melakukan Corporate Social Responsibility.

Contoh wujud tanggung jawab sosial disini bisa diawali dari latihan yang berguna untuk wilayah setempat dan revisi area dekat, memberikan beasiswa, pemberian duit serta buat menjaga sarana universal yang bermanfaat serta bisa dialami langsung menfaatnya oleh warga dekat.

Khasiat CSR untuk sesuatu industri antara lain:

a. Membetulkan ikatan dengan *stakeholder*

Dengan terdapatnya program CSR ini bisa menolong komunikasi dengan stakeholder supaya jadi lebih intens, perihal tersebut buat menaikkan keyakinan stakeholder terhadap industri.

b. Meminimalkan efek bisnis perusahaan

CSR hendak membuat ikatan industri dengan baik yang ikut serta terus menjadi baik serta mempengaruhi pada efek bisnis semacam terdapatnya kerusuhan yang bisa ditangani dengan gampang. Hingga dengan terdapatnya perihal semacam itu, bayaran pengalihan efek bisa digunakan buat perihal yang lebih berguna buat warga serta industri.

c. Meminimalkan Biaya

CSR pula bisa mengirit bayaran semacam menghasilkan program yang berkaitan dengan area dengan konsep daur ulang sehingga limbah industri pasti menurun serta bayaran buat penciptaan pula hendak menurun.

d. Tingkatkan semangat serta produktivitas karyawan

Dengan terdapatnya reputasi yang baik pada suatu industri dimata warga pasti jadi salah satu pengaruh pada kenaikan etos kerja serta produktivitas pada karyawannya.

e. Melebarkan akses sumber energi serta akses mengarah market

CSR bila dikelola dengan baik pasti jadi suatu keunggulan yang bisa menolong industri buat memperoleh sumber energi yang diperlukan oleh industri. Disisi lain dengan terdapatnya CSR pula bisa membuat nama ataupun brand industri jadi lebih diketahui digolongan warga serta jadi suatu kesempatan buat mendapatkan market yang lebih besar lagi.

4. Profitabilitas

Profitabilitas ialah proporsi yang digunakan buat mengukur kapasitas industri untuk menciptakan manfaat lewat asetnya, misalnya, dari latihan transaksi, pemanfaatan sumber daya dan pemanfaatan modal (Sekaran et al., 2018). Rasio profitabilitas yang terus menjadi besar bisa dapat mencerminkan keahlian entitas dalam menciptakan laba yang besar

pula dan begitu pun sebaliknya. Sehingga entitas akan melakukan dan meningkatkan pengungkapan yang lebih luas untuk mengurangi tekanan sosial serta pandangan negatif dari masyarakat menimpa tanggung jawab sosial industri tersebut dalam laporan tahunan (R. Putri et al., 2017).

Perusahaan yang melakukan CSR memiliki tujuan agar mendapat cerita yang baik dari masyarakat serta dari pemegang saham sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan (Barnas dkk, 2016). Perusahaan mungkin saja mendapatkan laba yang besar, tetapi dalam melaksanakan kegiatan operasinya menyebabkan akibat negatif terhadap area sekitar berbentuk pencemaran serta penurunan tingkat kesehatan masyarakat. Maka dari itu industri wajib membagikan sebagian labanya buat program CSR yang bertujuan buat menanggulangi akibat yang ditimbulkan serta memberikan nilai timabal-balik pada masyarakat sekitar.

5. Leverage

★ *Leverage* merupakan keahlian industri dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya (Astuti, 2019). Apabila industri memakai lebih banyak hutang dibanding dengan modal sendiri hingga tingkat *leverage* tentu menyusut, hal tersebut dapat terjadi sebab beban bunga yang ditanggung perusahaan juga bertambah. Rasio *leverage* bertujuan untuk memberikan pembelajaran berupa uang serta modal, dan memberikan keahlian industri buat membayar bunga dan beban yang sudah ditetapkan lainnya (R. A. Putri & Christiawan, 2014). Menurut (Akuntansi et al., 2022) mengatakan

kalau rasio leverage adalah untuk mengukur seberapa besar perusahaan yang dibiayai menggunakan utang. Tetapi sebaliknya industri wajib tau seimbang atau tidak utang yang yang dapat diambil dan dari mana saja sumber-sumbernya untuk membayar utang.

6. Likuiditas

Rasio likuiditas merupakan rasio yang mengungkapkan keahlian pengelolaan industri buat terpenuhinya utang jangka pendeknya atau kewajibannya. Yang artinya seberapa bisa perusahaan untuk membayarkan hutang nya yang telah jatuh tempo. Bila industri sanggup membayar hutangnya maka perusahaan dinilai selaku industri yang likuid. Begitu punsebaliknya apabila industri tidak bisa membayarkan hutangnya hingga perusahaan dinilai selaku industri ilikuid (Arif & Wawo, 2016).

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun Penelitian	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
1	Vivian dkk (2020) <i>Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol.4 No.3</i>	X1 : Profitabilitas X2 : Leverage Y : CSR	Profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap CSR Leverage tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap CSR
2	Yasmien, Shafira dan Muslih Muhammad (2020)	X1 : Profitabilitas X2 : Leverage Y : CSR	Profitabilitas berpengaruh signifikan kearah negative

	<i>e-Proceeding of Management Vol. 7 No.2</i>		terhadap CSR Leverage berpengaruh signifikan kearah negative terhadap CSR
3	Respati , D.R dan Hardiprajitno (2015) <i>Dipenegoro Journal of Accounting Volume. 4 . Nomor.4</i>	X1 : Profitabilitas X2 : Leverage Y : CSR	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR Leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
4	Firdausi , Sugeng dan Prihandana ,Wanda Amelia <i>AKUNESA : Jurnal Akuntansi Unesa Vol. 10 No. 02</i>	X1 : Profitabilitas X2 : Likuiditas X3 : Leverage Y : CSR	Profitabilitas tidak memberikan pengaruh terhadap CSR Likuiditas tidak memberikan pengaruh terhadap CSR Leverage memberikan pengaruh terhadap CSR
5	Ali , Darma A ,Safitri , Vera.A dan Fadly, Muhtad (2021) <i>SMART: Strategy of Management&Accounting through Research&Technology Vol: xx,No: xx</i>	X1 : Profitabilitas X2 : Likuiditas X3 : Leverage Y : CSR	Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR
6	Maharani , Prasisca Riezky dan Pertiwi , Tri Kartika (2022) <i>At- Tadbri: Jurnal Ilmiah Manajemen Vol. 6, No.1</i>	X1 : Profitabilitas X2 : Leverage Y : CSR	Profitabilitas memiliki pengaruh negative terhadap CSR Leverage memiliki pengaruh positif terhadap CSR
7	Ruroh , Ivon Nurmas dan Latifah , Sri Wahjuni (2018)	X1 : Profitabilitas X2 : Leverage Y : CSR	Profitabilitas berpengaruh terhadap CSR

	<i>Jurnal Akademik Akuntansi Volume.1 No.1</i>		Leverage berpengaruh terhadap CSR
8	Rina Mudjiyati dan Salis Maulani (2017) <i>Jurnal Manajemen dan Bisnis MEDIA EKONOMI Vol.XVII.</i>	X1 : Profitabilitas X2 : Leverage Y : CSR	Likuiditas berpengaruh negative terhadap CSR Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR
9	Yanti , Ni Luh E.K , Endiana I Dewa M dan Pramesti , I Gusti A. A (2021) <i>Jurnal Kharisma Vol.3 No. 1</i>	X1 : Leverage X2 : Profitabilitas Y : CSR	Leverage berdampak positif terhadap CSR Profitabilitas berdampak positif terhadap CSR
10	Iawan , Ari <i>JURNAL ILMIAH CORE IT Vol. 9 No.3</i>	X1 : Profitabilitas X2 : Likuiditas X3 : Leverage Y : CSR	Profitabilitas berpengaruh negative terhadap pengungkapan CSR Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan csr Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR
11	Putri , Rafika Anggriani dan Christiawan , Yulius Jogi (2014) <i>BUSINESS ACCOUNTING REVIEW, VOL.2, NO.1</i>	XI : Profitabilitas X2 : Likuiditas X3 : Leverage Y : CSR	Profitabilitas tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR Likuiditas memberikan pengaruh positif terhadap CSR Leverage tidak memberikan pengaruh terhadap CSR
12	Sijium Adelheit . A dan Rustia Any (2021) <i>Jurnal Akuntansi dan</i>	XI : Profitabilitas X2 : Likuiditas X3 : Leverage Y : CSR	Profitabilitas berpengaruh Signifikan terhadap pengungkapan CSR

	<i>Pajak</i> ,7(1):62-71		Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR Leverage berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR
13	Rofiqkoh , Esti dan Priyadi , Maswar Patuh (2016) <i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi : Volume 5,Nomer 10</i>	X1 : Profitabilitas X2 : Leverage Y : CSR	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR Leverage tidak berpengaruh terhadap CSR
14	Lestari, Erika Sri ,Rinofah Risal dan Maulida Alfiatula (2022) <i>FORUM EKONOMI</i> ,24 (1)	XI : Profitabilitas X2 : Leverage Y : CSR	Profitabilitas tidak pengaruh terhadap CSR Leverage tidak pengaruh terhadap CSR
15	Warda Zuhrotul dan Widyawati Dini <i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi</i>	X1 : Profutabilitas X2 : Leverage Y : CSR	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR Leverage berpengaruh negative terhadap CSR

C. Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas adalah tujuan utama bagi setiap perusahaan. Profitabilitas selalu memberitahukan perbandingan antara laba dengan modal atau aktiva yang berguna untuk menghasilkan laba tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dapat meningkatkan penjualan,aset dan modal saham tertentu (Firdausi & Prihandana, 2022). Profitabilitas merupakan

faktor yang dapat menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang modal atau saham, maka semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin besar juga pengungkapan informasi sosialnya. Hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR juga dikaitkan dengan teori stakeholder, supaya dapat mengevaluasi dan mengetahui sudah sejauh mana perusahaan dalam melakukan perannya. Selain itu hubungan antara profitabilitas dengan CSR juga didasrkan oleh teori legitimasi dimana tanggung jawab perusahaan agar mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat disekitar (R. A. Putri & Christiawan, 2014). Hal ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari (N. K. A. G. Yanti & Budiasih, 2016), (Mudjiyanti, 2017), (Ali et al., 2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*

2. Pengaruh Leverage Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Menurut (Astuti, 2019) leverage merupakan kapasitas perusahaan untuk memenuhi komitmennya. Organisasi dengan tingkat pengaruh yang tinggi akan bergantung pada kemajuan luar untuk membangun sumber daya mereka, sementara perusahaan dengan tingkat pengaruh yang rendah akan akan menggunakan modal sendiri untuk membangun asetnya (Ilmu & Akuntansi, 2001). Dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat leverage rendah tentang mengungkapkan CSR yang lebih luas.

Berbeda dengan perusahaan yang memiliki tingkat leverage tinggi tentang mengungkapkan CSR lebih rendah, hal tersebut dikarenakan perusahaan harus mengurangi biaya-biaya untuk melakukan pengungkapan CSR agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ali et al., 2021), (Safitri et al., 2018), (Sulthony, 2019) yang menyatakan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan dengan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Leverage* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*

3. Pengaruh Likuiditas Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Menurut (Firdausi & Prihandana, 2022) kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajibannya yang terlihat dalam pembayaran terhadap kreditor serta pembayaran gaji yang dilakukan secara tepat waktu disebut dengan likuiditas. Fungsi lain dari rasio likuiditas adalah untuk mengetahui atau mengukur kemampuan perusahaan tentang kewajibannya yang telah jatuh tempo atau hendak jatuh tempo. Penelitian yang dilakukan oleh Badjuri(2011) menyimpulkan bahwa rasio yang rendah perlu memberikan informasi yang lebih untuk memberikan penjelasan lemahnya kinerja dibanding perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas tinggi (Firdausi & Prihandana, 2022). Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan (Marulitua, AK., MBA., CPA., CA., 2021), (R. A. Putri & Christiawan, 2014) berkata bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap *corporate*

social responsibility. Berdasarkan uraian data diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Likuiditas* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan landasan teori terdahulu dipaparkan dalam penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu profitabilitas, leverage dan likuiditas. sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah corporate social responsibility.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian

