

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Profitabilitas yang diukur dengan ROI memiliki pengaruh terhadap CSR. Metode yang digunakan adalah hubungan kausal. Populasi penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI dengan metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling sebanyak 33 perusahaan yang sesuai kriteria. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel dengan model random effect menggunakan aplikasi Eviewa 8 (Wulandari & Zulhaimi, 2017).

Profitabilitas (ROA) secara parsial berpengaruh terhadap CSR, variabel likuiditas (CR) secara parsial tidak berpengaruh terhadap CSR sedangkan variabel solvabilitas (DER) secara parsial tidak berpengaruh terhadap CSR. Dalam penelitian ini peneliti mengambil data perusahaan pertambangan di BEI periode 2016 – 2020 dengan jumlah 10 sampel dari total 23 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji analisis regresi, uji t, uji F dan koefisien determinasi. (Rizky et al., 2020)

Pengaruh yang signifikan antara variabel profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi. Peneliti menggunakan metode deskriptif dan analisis data kuantitatif dengan teknik analisis data *Moderated Regression Analysis* (MRA). Peneliti mengambil sampel sebanyak 10 perusahaan manufaktur dalam periode 2017-2019 dengan metode purposive sampling (Rahma & Munfaqiroh, 2021).

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif dengan populasi laporan keuangan PT Indah Logistik Cargo tahun 2014-2017. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan study kasus di perusahaan yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas yang diukur dengan *return on asset* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap CSR, likuiditas yang diukur dengan *current ratio* berpengaruh positif signifikan, sedangkan solvabilitas yang diukur dengan *debt to asset ratio* berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR. (Sadewo & Sitohang, 2019)

(Prabowo et al., n.d. 2020), dalam penelitiannya menggunakan populasi data seluruh perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 menggunakan purposive sampling sebagai metode pengambilan sampel sebanyak 28 dari total 45 perusahaan. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan IBM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa rasio profitabilitas ROA memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, rasio likuiditas CR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, dan rasio solvabilitas DER diperoleh tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan yang di moderasi *Corporate Social Responsibility*.

Profitabilitas yang diukur dengan ROA menghasilkan hasil secara statistik memiliki dampak positif tidak signifikan terhadap CSR. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan peneliti menggunakan analisis regresi data panel *Eview 9* pada 13 perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index*

(JII) tahun periode 2015-2019. Metode dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling (Purnomo & Prasetyo, 2021).

Penelitiannya menggunakan jenis metode kuantitatif dengan data sekunder dan metode analisis linier berganda sebagai teknik analisisnya. Metode yang digunakan untuk memperoleh sampel adalah dengan menggunakan metode purposive sampling. Sampel yang diperoleh adalah 16 sampel perusahaan dengan 36 pengamatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas diukur dengan ROA mempunyai pengaruh positif terhadap CSR, variabel likuiditas diukur dengan CR tidak memiliki pengaruh terhadap CSR, dan variabel solvabilitas diukur dengan DER berdampak positif kepada CSR (Christiawan & Andayani, 2023).

Aruan, dkk (2021), menyatakan bahwa variabel solvabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan secara simultan variabel solvabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan Teknik pengumpulan data dengan Teknik dokumentasi berupa data sekunder yang diambil dari www.idx.co.id. Sampel sebanyak 25 perusahaan dipilih dengan menggunakan pemilihan purposive di antara 82 perusahaan infrastruktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019, yang merupakan populasi penelitian.

Rasio likuiditas dan solvabilitas tidak berpengaruh pada kinerja keuangan. Dalam penelitian ini, peneliti teknik purposive sampling menggunakan 16 sampel dari total 48 observasi pada perusahaan manufaktur (food dan subsektor minuman) yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020. Analisis regresi berganda adalah metode analisis yang digunakan (Aryaningsih et al., 2022).

2.2 Landasan Teori

Menurut (Sembiring dalam Asmiran, 2013) dalam melakukan pengungkapan CSR dapat menggunakan *stakeholder theory* dan *legitimacy theory*.

2.2.1 Stakeholder Teory

Stakeholder adalah semua pihak internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. "A stakeholder is a group or an individual who has the potential to influence or be influenced by an organization's success or failure" (Luk, Yau, Tse, Alan, Sin, Leo and Raymond, dalam (Nor Hadi, 2011:93). Dengan demikian, *stakeholder* adalah pihak internal dan eksternal termasuk pemerintah, bisnis saingan, komunitas lokal, LSM dan organisasi serupa dan lain sebagainya yang keberadaanya berdampak signifikan dan dipengaruhi oleh perusahaan. Sedangkan menurut Fredman dalam (Rusdianto, 2013:38), *Stakeholder* adalah individu tau kelompok yang dapat dipengaruhi atau mempengaruhi tindakan organisasi. Menurut teori ini, perusahaan tidak boleh hanya bertindak untuk kepentingannya sendiri, sebaliknya harus memberi manfaat bagi pihak yang berkepentingan. Stakeholder dapat didefinisikan sebagai individu yang memiliki kepentingan atau perhatian terhadap masalah.

Hal pertama mengenai teori ini bahwa *stakeholder* adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya. Hal ini berlaku untuk kedua varian teori *stakeholder*, varian pertama berhubungan langsung dengan model akuntabilitas. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan keduanya yang berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas. Varian kedua berhubungan dengan

pandangan Trekers (1983) mengenai *empirical accountability*. Robert (1992) menyatakan bahwa pengungkapan sosial perusahaan merupakan sarana yang sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholdernya*

2.2.2 Legitimacy Teory

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis yang membantu perusahaan mengembangkan masa depan. Hal ini dapat digunakan sebagai alat untuk mengembangkan strategi perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan menempatkan inisiatif dalam konteks masyarakat yang semakin berkembang (Nor Hadi, 2011:87). Legitimasi organisasi adalah sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat, jadi legitimasi merupakan sumber daya yang potensial bagi perusahaan bertahan hidup (*going concern*) (O'Donovan, dalam Nor Hadi, 2011:87).

Gray et.al (1996) dalam Nor Hadi (2011:88) berpendapat bahwa legitimasi merupakan “...*Focusing on the importance of information and disclosure in the interactions between organizations, the state, individuals, and groups is made possible by a system-oriented view of organizations and society*”. Definisi tersebut mengisyaratkan bahwa legitimasi merupakan pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada kepihakan terhadap masyarakat, pemerintah dan kelompok masyarakat.

2.2.3 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility menurut (Achmad Lamo Said, 2018) adalah bagian dari upaya perusahaan untuk meningkatkan reputasinya di mata publik dengan mengadakan kegiatan amal baik internal maupun eksternal. Kegiatan eksternal dilakukan melalui kolaborasi dengan seluruh pemangku kepentingan untuk

menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Walaupun secara internal mampu memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dan kesejahteraan para pekerjanya. Menurut (Lela Nurlela W, 2019:11) *Corporate Social Responsibility* dapat didefinisikan sebagai komitmen berkelanjutan dari kalangan perusahaan untuk bertindak secara moral, mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan taraf hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat pada umumnya. Selama diskusi dengan pemangku kepentingan (stakeholder), berdasarkan prinsip sukarela dan kemitraan. Sedangkan menurut (Agus Rusmana et al, 2019:72) *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu cara komitmen perusahaan terhadap kepentingan stakeholder yang baik secara langsung maupun tidak langsung bekerja untuk meningkatkan kualitas lingkungan dan kesejahteraan masyarakat dengan tetap mempertimbangkan dampak negative perusahaan. Berdasarkan ungkapan diatas dapat disimpulkan bahwa CSR adalah aktivitas atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebahai cara untuk memenuhi tanggung jawabnya terhadap masyarakat atau lingkungan.

2.2.5 Pengukuran Pengungkapan CSR

Menurut (Hery, 2012:143) pengungkapan CSR adalah metode untuk menginformasikan pemangku kepentingan khusus kelompok dan masyarakat luas tentang dampak sosial dan lingkungan yang dimiliki oleh Tindakan ekonomi organisasi. Sedangkan menurut Sri Mulyani dkk (2018:230), pengungkapan CSR adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana perusahaan melaporkan kegiatan CSR di dalam laporan tahunannya. Berdasarkan konsep ini, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR mencakup semua inisiatif layanan masyarakat yang disajikan bisnis dalam laporan tahunan mereka.

2.2.6 Profitabilitas

Menurut (Pirmatua Sirait, 2017:139) Profitabilitas adalah sekumpulan perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang menyeluruh, mengubah penjualan menjadi keuntungan dan arus kas. Besar kecilnya keuntungan yang dihasilkan dalam kaitannya dengan penjualan dan investasi berfungsi sebagai proksi profitabilitas, yang digunakan untuk menilai efektivitas manajemen secara keseluruhan (Fahmi, 2014:81) Adapun menurut (Edy, 2014:16) Profitabilitas adalah kemampuan bisnis untuk menghasilkan keuntungan bahkan dengan semua uang yang diinvestasikan. Menurut definisi tersebut, dikatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan bisnis untuk menghasilkan keuntungan relatif terhadap penjualan dan investasi.

2.2.7 Likuiditas

Menurut Kasmir (2014: 129) likuiditas adalah rasio yang menunjukkan seberapa mampu perusahaan membayar utang jangka pendeknya. Artinya apabila perusahaan ditagih, perusahaan akan mampu untuk memenuhi utang tersebut terutama utang yang sudah jatuh tempo. Menurut Fahmi (2012:174) likuiditas sering disebut sebagai short term liquidity karena menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek secara langsung dan tepat waktu. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa rasio likuiditas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi utang atau kewajiban jangka pendek dengan lancar dan tepat waktu terutama saat sudah jatuh tempo.

2.2.8 Solvabilitas

Menurut Kasmir (2016:150) rasio solvabilitas atau juga dikenal *leverage ratio*, menunjukkan jumlah utang yang digunakan untuk membiayai asset perusahaan, rasio ini mengacu pada beban hutang perusahaan terhadap asetnya. Dalam arti luas,

rasio solvabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi semua komitmennya, baik jangka pendek maupun jangka panjang jika perusahaan dibubarkan (dikuidasi). Menurut pendapat Harahap (2016:303), rasio solvabilitas menggambarkan seberapa baik perusahaan dapat membayar hutang jangka panjangnya jika terjadi likuidasi. Rasio ini dapat dihitung dari pos-pos yang bersifat jangka panjang, seperti utang jangka panjang dan aktiva tetap. Sedangkan menurut Periansya (2015:39) rasio solvabilitas atau *rasio leverage* adalah rasio yang digunakan untuk menentukan seberapa jauh aset bisnis yang dibiayai dengan hutang atau dibiayai oleh pihak luar.

2.3 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

Profitabilitas, Likuiditas dan Solvabilitas merupakan faktor yang dapat menentukan dalam pengungkapan CSR yang mana ketiga variabel X tersebut memiliki hubungan searah dengan variabel Y dalam arti, semakin baik X maka Y juga akan semakin baik, begitu juga sebaliknya.

2.3.1 Profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility*

Dalam teori legitimasi, profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (laba) perusahaan. Perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang baik juga akan mendapatkan tekanan yang lebih kuat dari lingkungan perusahaan untuk lebih luas dalam pengungkapan CSR secara luas dan semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan atau tanggung jawab sosialnya. Menurut Christiawan & Andayani (2023), Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan harus melaporkan keuangannya ketika memiliki laba yang tinggi. Sejalan dengan penelitian Ruroh, IN & Latifah, SW (2018),

menyatakan bahwa adanya pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian hipotesis pertama yang dapat disimpulkan adalah:

H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.3.2 Likuiditas dengan *Corporate Social Responsibility*

Pada teori legitimasi berkeyakinan bahwa kekuatan perusahaan yang ditunjukkan rasio likuiditas tinggi maka akan berhubungan dengan tingkat pengungkapana tanggung jawab sosial yang tinggi. Hal ini didasarkan bahwa kuatnya keuangan suatu perusahaan akan cenderung memberikan informasi yang lebih luas daripada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah. Menurut Sadewo & Sitohang (2019) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil riset juga menunjukkan adanya pengaruh positif antara likuiditas terhadap pengungkapan CSR menurut (Rosyadi, 2015). Dengan demikian hipotesis yang dapat disimpulkan adalah:

H2 : Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.3.3 Solvabilitas dengan *Corporate Responsibility*

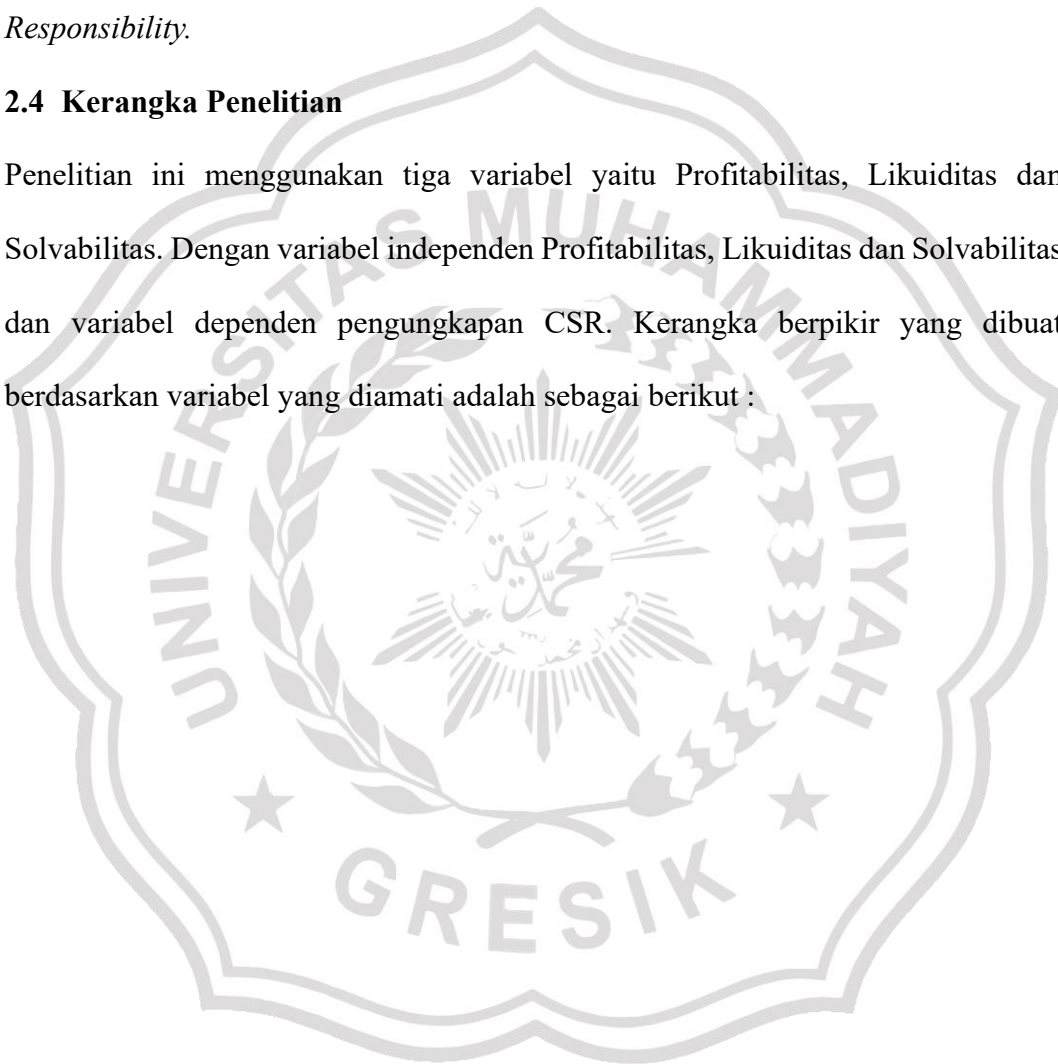
Menurut teori legitimasi, solvabilitas berpengaruh pada tanggung jawab sosial perusahaan ketika perusahaan memiliki solvabilitas tinggi yang cenderung melakukan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menciptakan citra bahwa perusahaan mampu membayar utang mereka. Perusahaan dengan rasio solvabilitas yang tinggi memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan informasi dari kreditur jangka panjang, dengan memberikan informasi yang lebih komprehensif. Menurut Aruan, dkk (2021) solvabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

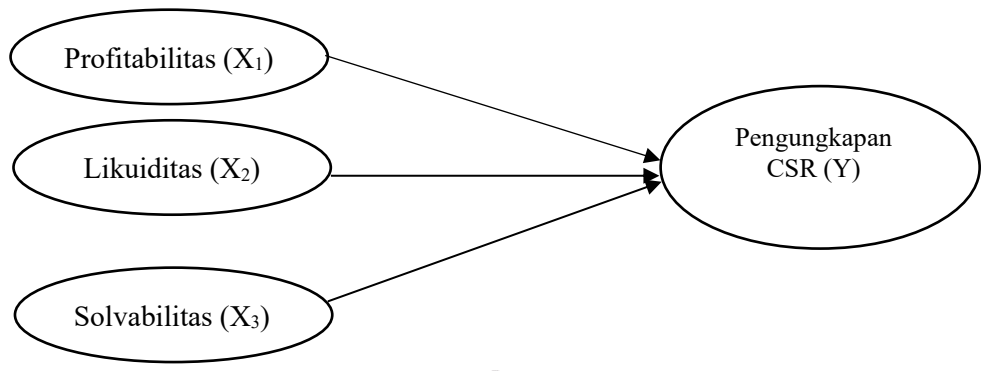
Sejalan dengan Wasito, G.A, dkk (2016) menyatakan solvabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dalam keuangan perusahaan, tinggi rendahnya tingkat solvabilitas yang berdampak terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian hipotesis yang dapat disimpulkan adalah :

H3 : Solvabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.4 Kerangka Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu Profitabilitas, Likuiditas dan Solvabilitas. Dengan variabel independen Profitabilitas, Likuiditas dan Solvabilitas dan variabel dependen pengungkapan CSR. Kerangka berpikir yang dibuat berdasarkan variabel yang diamati adalah sebagai berikut :





Gambar 2.1

Kerangka Penelitian

