

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah beberapa kajian penelitian terdahulu yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR):

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rindiyawati & Arifin, 2019) pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tiga periode yaitu 2013-2015. Dengan variabel independen yakni ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan struktur kepemilikan saham publik dan variabel dependen pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan menggunakan metode kuantitatif dan data sekunder berupa *annual report* tahun 2013, 2014 dan 2015 dan diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), struktur kepemilikan saham publik berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Yovana & Kadir, 2020) pada perusahaan index LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2017. Dengan variabel independen ukuran perusahaan, *leverage*,

pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas dan variabel dependen pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan menggunakan metode kuantitatif dan data sekunder berupa laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan keberlanjutan perusahaan index LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017 dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

3. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (M. F. Firdausi & Mayangsari, 2022) pada perusahaan *Financial* yang tercatat pada BEI dengan periode selama tahun 2019 –2021. Dengan variabel independen ukuran perusahaan, *leverage*, *profitability*, dan pengaruh kapitalisasi pasar dan variabel dependen pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan menggunakan metode kuantitatif dan data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan tahunan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), *leverage* memberikan pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan *profitability* dan pengaruh kapitalisasi pasar tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

4. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Purba & Candradewi, 2019) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2016. Dengan variabel independen profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan ukuran perusahaan dan variabel dependen pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan menggunakan metode kuantitatif dan data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan tahunan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan ukuran perusahaan sama-sama memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
5. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pratiwi & Hasnawati, 2022) pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2020 - 2021 yaitu bisnis di sektor bahan baku, produk konsumen non primer, kesehatan, *property & real estate*, dan energi. Dengan variabel independen *leverage*, likuiditas dan variabel dependen pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan menggunakan metode kuantitatif dan data sekunder berupa laporan keuangan, laporan tahunan dan laporan keberlanjutan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *leverage* memberikan pengaruh secara signifikan negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), likuiditas memberikan pengaruh secara positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
6. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Tua, 2021) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015, 2016, 2017, 2018 dan 2019. Dengan variabel independen likuiditas, *leverage* dan variabel dependen pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan menggunakan

metode kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan keuangan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh secara positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), variabel likuiditas dan leverage secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Legitimacy theory

Teori legitimasi berfokus pada interaksi entitas perusahaan dengan masyarakat Menurut (Dowling dan Pfeffer, 1975) dalam (I. Ghozali & Anis, 2007) korporasi ingin menumbuhkan hubungan antara nilai-nilai sosial yang melekat dalam kegiatan operasional korporasi serta norma-norma perilaku yang merupakan bagian dari sistem sosial pada masyarakat dimana korporasi itu berada. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, hal tersebut dapat dipandang sebagai legitimasi perusahaan. Namun, ketika terjadi ketidakselarasan aktual diantara kedua sistem nilai tersebut, maka akan terdapat ancaman terhadap legitimasi perusahaan. *Legitimacy* dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas, ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan.

Korporasi diharapkan peduli terhadap lingkungan di sekitarnya, demi menjaga eksistensi korporasi dan kelangsungan kegiatan korporasi di masa mendatang, serta dapat diterima oleh masyarakat (Yanti et al., 2021). Karena

keselarasan sistem nilai ini, penerbitan laporan CSR diharapkan dapat menguntungkan perusahaan serta memunculkan legitimasi dari masyarakat dan peningkatan keuntungan di masa mendatang.

2.2.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut (Said, 2015) *Corporate Social Responsibility* dapat diartikan sebagai upaya dari perusahaan untuk meningkatkan citra publiknya dengan melaksanakan program-program amal, baik yang bersifat eksternal maupun internal. Program eksternal dengan menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar dengan menjalin kemitraan (*partnership*) dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*). Sedangkan secara internal perusahaan diharapkan dapat berproduksi dengan baik, mencapai profit yang maksimal dan mensejahterakan karyawannya. Menurut (world Bank, 2002) dalam (Said, 2015) CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, dan masyarakat setempat (lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. *Triple bottom line*/konsep CSR merupakan konsep pengukuran kinerja perusahaan dengan tak hanya mengukur kinerja ekonomis berupa perolehan profit, tapi juga ukuran kepedulian sosial dan pelestarian lingkungan. Selain mengejar keuntungan (*profit*) perusahaan juga harus berperan dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Konsep ini bisa disebut konsep 3BL (*triple bottom line*) atau 3P (*profit, people, planet*).

Berikut penjelasan mengenai 3P menurut (Wibisono, 2007) dalam (Santioso & Chandra, 2012):

1. *Profit* (keuntungan) Laba merupakan unsur utama yang menjadi tujuan bagian penting dari setiap kegiatan bisnis. Keuntungan itu sendiri adalah penghasilan tambahan yang dapat digunakan untuk menjamin kesinambungan kehidupan bisnis. Tindakan yang dilakukan untuk meningkatkan keuntungan antara lain, dengan meningkatkan produktivitas dan memastikan profitabilitas. Peningkatan kinerja dapat dicapai melalui perbaikan manajemen dengan mengoptimalkan proses, mengurangi kegiatan yang tidak efisien, menghemat waktu pemrosesan dan pemeliharaan.
2. *People* (masyarakat) masyarakat merupakan bagian dari *stakeholder* pada perusahaan. Dukungan yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dapat memberikan kelangsungan hidup dan perkembangan pada sebuah perusahaan. Perusahaan berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya terhadap masyarakat.
3. *Planet* (lingkungan) perusahaan diharapkan dapat peduli pada lingkungan disekitarnya, lingkungan dapat memberikan manfaat bagi kehidupan yang apabila lingkungan dirawat dan dilestarikan maka lingkungan akan memberikan manfaat yang baik bagi para pelaku industri dengan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari sisi kesehatan, kenyamanan, disamping ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya.

Pengungkapan CSR mengacu pada proses dimana perusahaan secara sukarela mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial, lingkungan dan ekonomi dari kegiatan bisnis kepada berbagai pemangku kepentingan

(*stakeholders*). Kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungan dilakukan dengan membuat laporan pertanggung jawaban yang dicantumkan pada laporan keuangan, laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) tiap perusahaan. Laporan tersebut mencantumkan beberapa hal terkait informasi-informasi mengenai tindakan perusahaan baik secara sukarela maupun karena keterikatan dengan aturan yang telah diatur dalam undang-undang.

2.2.3 Ukuran Perusahaan

Menurut (Yovana & Kadir, 2020) skala ukuran perusahaan mengacu pada dimensi atau ukuran yang digunakan untuk menggambarkan ukuran suatu perusahaan. Untuk mengukur skala tersebut dapat dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan. Apabila total aset yang dimiliki suatu entitas besar maka dapat dikatakan bahwa ukuran dari suatu entitas tersebut besar, namun sebaliknya jika total aset yang dimiliki sedikit maka entitas tersebut termasuk dalam perusahaan berskala kecil. Luas pengungkapan informasi *corporate social responsibility* (CSR) pada laporan tahunan ataupun pada laporan keuangan dapat dipengaruhi dari skala ukuran suatu perusahaan. Perusahaan dengan skala yang lebih besar cenderung mendapat perhatian lebih dari masyarakat. Dengan demikian, perusahaan besar memiliki kecenderungan untuk selalu menjaga stabilitas dan kondisi perusahaan (Erawati et al., 2018). Perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh masyarakat lebih banyak, akan memiliki pemegang saham yang mungkin tertarik dengan program sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan, dan laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (Amalia, 2013).

2.2.4 *Leverage*

Menurut (Arif Aulia & Wawo, 2016) rasio *leverage* mengacu pada ukuran tingkat utang perusahaan dibandingkan dengan modal sendiri atau ekuitasnya. Rasio ini memberikan gambaran mengenai seberapa banyak perusahaan mengandalkan utang untuk membiayai operasi dan investasinya. Rasio leverage dapat dihitung dengan membandingkan total utang perusahaan dengan ekuitas. Dalam perhitungan ini, utang termasuk hutang jangka pendek dan hutang jangka Panjang.

Dengan komponen modal yang berasal dari utang, pemilik akan menerima keuntungan dari peningkatan modal, tetapi juga harus membayar bunga atas utang tersebut (Fahmi, 2014). Rasio leverage memberikan wawasan mengenai risiko keuangan suatu perusahaan. Tingkat *leverage* yang tinggi dapat memberikan kebiasaan buruk bagi perusahaan, perusahaan akan memiliki ketergantungan terhadap pinjaman dari luar untuk membiayai kegiatan operasionalnya (Yovana & Kadir, 2020). Perusahaan yang memiliki hutang yang tinggi dibandingkan dengan modal yang dimiliki dapat terlihat dari tingkat rasio *leverage* perusahaan. Hal ini dapat memberikan potensi keuntungan yang lebih tinggi jika perusahaan dapat menghasilkan laba yang cukup untuk membayar bunga utang, tetapi juga meningkatkan risiko keuangan karena kewajiban pembayaran bunga dan pokok. Di sisi lain, rasio *leverage* yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan lebih mengandalkan modal sendiri daripada hutang. Hal ini mengurangi risiko keuangan, tetapi juga membatasi pertumbuhan dan potensi keuntungan perusahaan karena terbatasnya modal yang tersedia. Rasio ini menunjukkan risiko keuangan yang dihadapi perusahaan. Menggunakan rasio *leverage* dapat memberikan gambaran

tentang struktur modal perusahaan untuk mengidentifikasi tingkat risiko piutang tak tertagih.

2.2.5 Likuiditas

Menurut (Munawir, 2014) likuiditas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya menggunakan aset likuid atau dengan cepat mengubah asetnya menjadi kas. (Kurniawan et al., 2018) menyatakan bahwa likuiditas adalah ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansialnya dalam jangka pendek. Rasio likuiditas memberikan informasi penting tentang kecukupan sumber daya perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan keefektifan dalam mengolah asetnya. Dengan cara membagi nilai total aset dengan kewajiban lancar. Untuk menghitung rasio likuiditas dengan membagi nilai total aset lancar dengan total kewajiban lancar, hal ini menghasilkan persentase kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya secara tepat waktu tersebut menunjukkan ketersediaan dana yang dimiliki perusahaan. Tinggi rendahnya rasio likuiditas dapat memberikan indikasi tentang beberapa hal terkait dengan kondisi keuangan perusahaan. Rasio likuiditas yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki cukup aset likuid untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rendahnya rasio likuiditas mengindikasikan masalah dalam mengelola arus kas dan likuiditas perusahaan.

2.3 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate*

Social Responsibility (CSR)

Menurut (Iriani, 2021) ukuran perusahaan dapat memiliki pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan CSR. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki sumber daya yang lebih besar dan struktur organisasi yang lebih kompleks, yang dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR. Meskipun ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan CSR, hal ini tidak berarti bahwa perusahaan kecil tidak melakukan pengungkapan CSR yang baik. Meskipun dalam skala yang lebih kecil. Untuk mengetahui ukuran perusahaan dapat dilihat dari nilai total aset yang dimiliki.

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki keberadaan bisnis yang signifikan akan mencurahkan lebih banyak sumber daya untuk mendapatkan pengakuan dari masyarakat, untuk mencapai hal tersebut, perusahaan harus mengungkapkan inisiatif CSR mereka kepada masyarakat. Semakin besar ukuran dari suatu perusahaan maka akan melakukan pengungkapan CSR yang besar juga untuk mendapatkan pengakuan dari masyarakat (Dharmawan Krisna & Suhardianto, 2016).

(Suprasto & Haryanti, 2019) perusahaan dengan skala ukuran usaha yang besar memungkinkan memiliki karyawan yang memahami konsep CSR, sehingga perusahaan dapat menerapkan konsep praktik dan komunikasi CSR yang lebih efektif. Hasil penelitian terdahulu yang sejalan dengan uraian teori di atas bahwa variabel bebas ukuran perusahaan berpengaruh secara positif signifikan terhadap variabel terikat pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* dilakukan

oleh (Rindiyawati & Arifin, 2019) Dari penjelasan tersebut di atas maka dapat memunculkan hipotesis sebagai berikut:

H1 : ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

2.3.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility

Menurut (Hanafi, 2004) dalam (S. Firdausi & Prihandana, 2022) mengatakan bahwa tingkat risiko keuangan perusahaan dapat tercermin dalam rasio *leverage* yang terukur. Rasio *leverage* digunakan untuk mengetahui seberapa banyak perusahaan mengandalkan hutang dalam kegiatan operasionalnya. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi menandakan bahwa perusahaan tersebut mengandalkan utang dalam proporsi yang signifikan untuk membiayai operasinya atau kegiatan investasinya. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi dan ketergantungan pada pembiayaan eksternal cenderung memberikan perhatian lebih besar terhadap pengungkapan CSR sebagai bagian dari upaya manajemen risiko dan menjaga reputasi yang baik. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi dimana pengungkapan CSR sendiri dapat digunakan sebagai alat legitimasi antara perusahaan dengan *stakeholders* (Nur & Priantinah, 2012). Diperkuat dengan hasil penelitian (M. F. Firdausi & Mayangsari, 2022) bahwa variabel independent *leverage* dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan *corporate social responsibility*. Dari penjelasan tersebut di atas maka dapat memunculkan hipotesis sebagai berikut:

H2 : *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

2.3.3 Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility

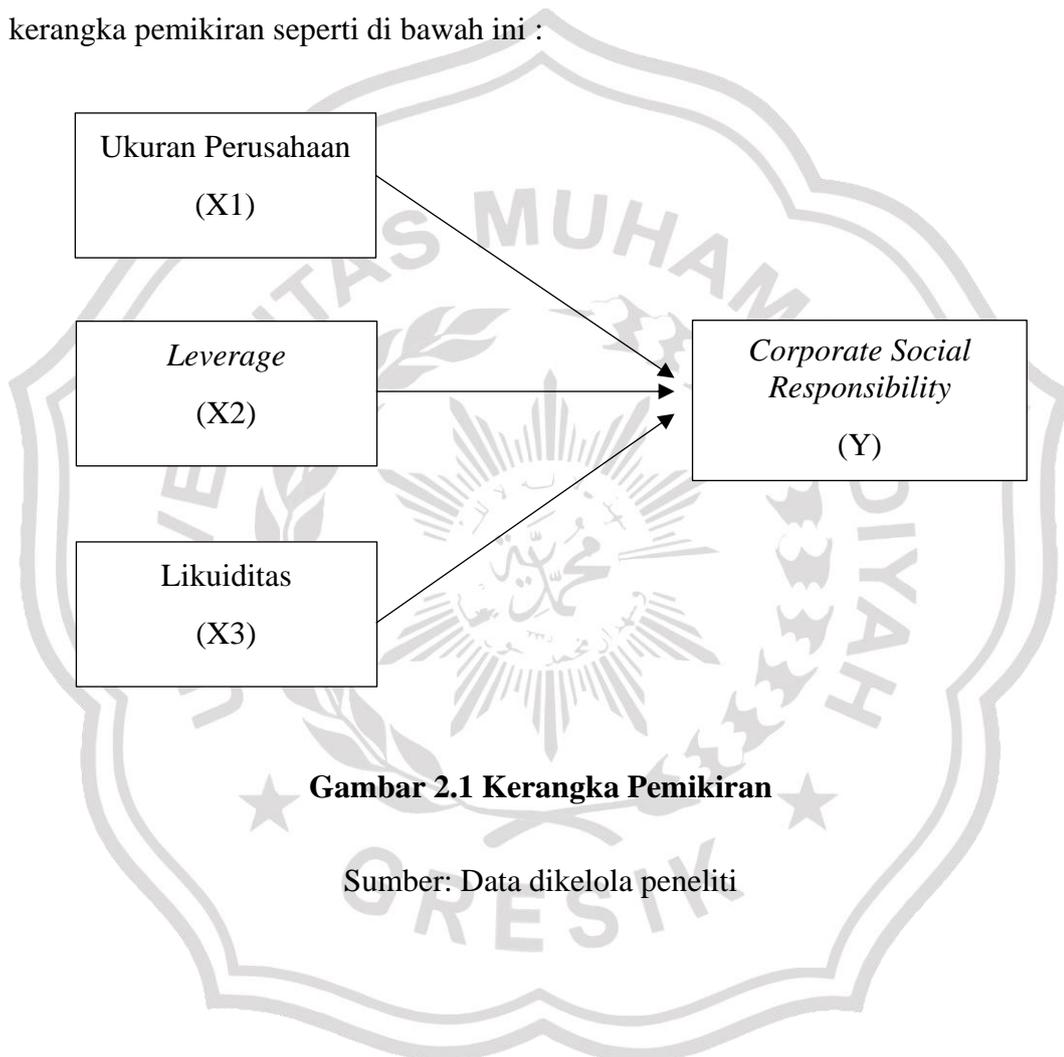
Likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya dengan menggunakan aset yang tersedia. Tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki aset yang mudah dicairkan untuk memenuhi kewajibannya, sedangkan tingkat likuiditas yang rendah dapat menunjukkan adanya kesulitan keuangan. Perusahaan dengan likuiditas yang baik memiliki kemampuan untuk mengalokasikan dana tambahan untuk melakukan investasi dalam program-program CSR dan memenuhi kewajiban sosialnya dengan lebih baik.

Pernyataan tersebut sesuai dengan teori *legitimacy* yang menyatakan kuatnya keuangan perusahaan ditunjukkan oleh rasio likuiditas. Perusahaan dengan kondisi keuangan yang baik akan lebih banyak memberikan informasi lebih banyak daripada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah. Hal ini menjadikan bentuk legitimasi perusahaan terhadap para *stakeholders* (Mudjiyanti & Maulani, 2017). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tua, 2021) dengan hasil penelitian yang menyebutkan bahwa variabel independen likuiditas dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan *corporate social responsibility* secara positif signifikan. Dari penjelasan tersebut di atas maka dapat memunculkan hipotesis sebagai berikut:

H3 : likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

2.4 Kerangka Pemikiran

Dari adanya penelitian terdahulu serta landasan teori yang ada, maka penelitian ini dilakukan untuk meneliti bagaimana pengaruh variabel independen antara lain ukuran perusahaan, *leverage*, dan likuiditas berpengaruh terhadap variabel dependen pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Sehingga diperoleh kerangka pemikiran seperti di bawah ini :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data dikelola peneliti