

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu telah banyak dilakukan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berikut adalah rincian dari penelitian tersebut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Alyssa Natasya Barnas ¹ , Dini Wahjoe Hapsari ² , Siska Priyandani Yudowat (2016) “Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011-2014”	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Bebas, <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Terikat.	Regresi data panel	Secara parsial variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> , sedangkan profitabilitas dengan arah positif tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>
2	Rindu Kurnia Putri (2017) “Pengaruh Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Basis kepemilikan Terhadap <i>Corporate Social</i>	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Sebagai Variabel Bebas, <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Terikat.	Regresi Linier Berganda	Dari hasil penelitian tersebut dapat dilihat bahwa Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Basis kepemilikan berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i>

Di Lanjutkan ...

Lanjutan ...

	<i>Responsibility</i> (Studi Pada Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2012-2014)”			
3	Rafika Anggraini Putri dan Yulius Jogi Christiawan (2014) “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi Pada Perusahaan Yang Mendapat Penghargaan Isra Dan Listed (Go Public) Di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012)”	Profitabilitas, Likuiditas, Leverage Sebagai Variabel Bebas, <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Terikat.	Regresi Linier Berganda	Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan profitabilitas dan leverage berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> , sedangkan tidak berpengaruh Likuiditas signifikan terhadap jumlah pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>
4	Rina Mudjiyanti dan Salis Saevy Maulani (2017) “Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Persuahan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2013-2015 “	Likuiditas, Profitabilitas Sebagai Variabel Bebas, <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Terikat.	Regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan hasil bahwa secara parsial variabel likuiditas memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . Sedangkan variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . Di lanjutkan ...

5	Heni Triastuti Kurnianingsih (2013) “Pengaruh Profitabilitas dan Size Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility”	Profitabilitas, Size Perusahaan Sebagai Variabel Bebas, <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Terikat.	Regresi linier berganda	Profitabilitas dan Size perusahaan baik secara parsial maupun simultan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> ..
6	Nanda Dwi Putri, Resti Yulistia Muslim, Yunilma (2015) “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Pertambangan di BEI Pada Tahun 2012-2014”	Profitabilitas, Likuiditas <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Sebagai Variabel Bebas, <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Terikat.	Regresi linier berganda	Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . Lanjutan ...
7	Alifi Khoirul Ihsan (2014) “Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Likuiditas, dan Profitabilitas Terhadap Luas Pengungkapan Sosial”	Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Likuiditas, Profitabilitas, Sebagai Variabel Bebas, Luas Pengungkapan Sosial Sebagai Variabel Terikat.	Regresi linier berganda	Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan Di lanjutkan ... Ukuran likuiditas berpengaruh signifikan, sedangkan leverage, profitabilitas, tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan sosial perusahaan.

8	Destya Ramia Abriyani, Sudarso Kaderi Wiryono, dan Erman Sumirat (2012) <i>“The Effect Of Good Corporate Governance and Financial Performance on the Corporate Social Responsibility Disclosure Of Telecommunication Company in Indonesia”</i>	Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Dewan Komisaris. Ukuran komite audit, ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Variabel Bebas, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Variabel Terikat.	Regresi Linier Berganda	Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa ada hubungan baik tata kelola perusahaan dan keuangan kinerja dengan pengungkapan sosial perusahaan sesuai hipotesis secara bersamaan, sementara kepemilikan institusional, komite audit, dan profitabilitas secara signifikan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, leverage tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan tentang pengungkapan sosial perusahaan tanggung jawab.
9	Ermayanti (2016) <i>“Pengungkapan Sosial, Diversifikasi perusahaan, dan kompensasi bonus terhadap Manajemen Laba pada perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia”</i>	Pengungkapan sosial, Diversifikasi perusahaan, dan kompensasi bonus Variabel Bebas Manajemen Laba Variabel Terikat	Regresi Linier Berganda	Pengungkapan sosial, Diversifikasi perusahaan, dan kompensasi bonus memiliki pengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba.

Penelitian ini merupakan lanjutan atas penelitian terdahulu. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu, sebagai berikut :

1. Obyek penelitian yang berbeda yaitu lebih difokuskan pada perusahaan sektor industri barang konsumsian periode yang diteliti yaitu jangka waktu tahun terbaru antara tahun 2014-2017. Pada beberapa penelitian terdahulu, obyek yang digunakan masih seputar perusahaan yang mendapatkan penghargaan ISRA tahun 2010-2012 (Putri dan Christiawan, 2014), perusahaan subsektor Makanan dan Minuman selama tahun 2011-

2014 (Barnas, Hapsari, dan Yudowat, 2016), perusahaan Pertambangan di BEI Pada Tahun 2012-2014 (Putri, Muslim dan Yunilma, 2015), perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi selama tahun 2013-2015 (Mudjiyanti dan Maulani, 2017), perusahaan perbankan selama tahun 2006-2010 (Kurnianingsih, 2013), perusahaan pertambangan selama tahun 2012-2014 (Putri, 2017), perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI selama tahun 2011-2012 (Ihsan, 2014), dan perusahaan telekomunikasi (Abriyani, Wiryono, dan Sumirat, 2012).

2. Variabel Independen yang digunakan Profitabilitas, Ukuran perusahaan, Likuiditas, dan Leverage, meskipun ada kesamaan pada beberapa penelitian terdahulu, akan tetapi cara pengukuran masing-masing variabel lebih dibatasi pada penelitian ini. Variabel Profitabilitas di penelitian ini diukur dengan *Return On Aseets*(ROA), Ukuran Perusahaan di penelitian ini diukur dengan Total Asset, Likuiditas di penelitian ini diukur dengan *Current Ratio* (CR),sedangkan Leverage di penelitian ini diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER).Hal ini berbeda dengan penelitian terdahulu dimana cara pengukurannya yang digunakan yaitu ROE (Putu yadnya, 2015).

Persamaan antara peneliti yang akan dilakukan ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

1. Obyek penelitian yang dilakukan sama yaitu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. Variabel Dependen yang akan diuji sama yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*(CSR).

2.2. Landasan Teori

2.2.1 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori stakeholder merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, tetapi juga memberikan keuntungan kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain) (Ghazali dan Chariri, 2007 dalam Putri, Muslim, Yunilma 2015).

Perusahaan harus bisa menjaga hubungan dengan *stakeholdernya* dengan mengakomodasi keinginan beserta kebutuhan *stakeholdernya*, terutama *stakeholder* yang memiliki *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan dalam aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholders*-nya (Chariri dan Ghazali, 2007 dalam Putri, Muslim, Yunilma 2015).

Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab atas pemilik, tetapi juga bertanggung jawab atas kondisi lingkungan dan *social responsibility*(sosial masyarakat). Fenomena seperti itu terjadi karena tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi (Hadi, 2011 dalam Rofiqkoh dan

Priyadi) Menurut Soelistyoningrum (2011:13), alasan yang memaksa perusahaan perlu memprioritaskan kepentingan *stakeholder*, yaitu:

1. Masalah lingkungan melibatkan kepentingan berbagai kelompok didalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka.
2. Di era globalisasi telah mendorong produk yang diperdagangkan agar ramah dengan lingkungan.
3. Para investor dalam berinvestasi cenderung memilih perusahaan yang mempunyai dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan.
4. LSM dan aktivis lingkungan semakin kritis dalam mengkritik perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

Jadi, teori stakeholder lebih menekankan kepada perusahaan untuk lebih mengetahui bahwa perusahaan bukanlah suatu entitas yang beroperasi hanya untuk kepentingannya sendiri. Namun, perusahaan harus memberikan manfaat kepada para *stakeholder*. (Putri, 2017)

2.2.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi adalah teori yang menyatakan bahwa aktivitas perusahaan harus mendapat dukungan dari masyarakat sekitarnya. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang

masyarakat berikan kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dalam masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007). Teori legitimasi juga memfokuskan perusahaan terhadap interaksinya dengan masyarakat, sehingga sebuah organisasi mampu untuk menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat dalam kegiatannya dengan kaidah perilaku yang terdapat dalam sistem sosial masyarakat di mana organisasi merupakan bagian dari sistem tersebut. Dowling dan Prefer (1975, p.122) dalam Ghozali dan Chariri (2007) memberikan alasan yang logis mengenai legitimasi organisasi yakni, sebagai berikut:

”Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan kaidah perilaku yang terdapat dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi merupakan bagian dari sistem tersebut. Kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan, apabila ke 2 sistem nilai tersebut selaras. Dan akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan, jika ketidakselarasan aktual dan potensial terjadi diantara ke 2 sistem tersebut,

Perusahaan berpengaruh luas terhadap masyarakat. Artinya bisa mempengaruhi norma dan sosial pada masyarakat sekitar yang berhubungan dengan perusahaan. Sehingga dalam menjaga legitimasi dan atau keberadaannya, perusahaan harus bisa menjaga hubungan tersebut agar operasi dan eksistensinya tidak terancam.

2.2.3 Teori Signal (*Signaling Theory*)

Berusaha memberikan suatu informasi relevan yang bisa digunakan oleh pihak penerima informasi. Kemudian, pihak penerima akan menyesuaikan pengambilan keputusan berdasarkan pemahamannya tentang sinyal. Kegiatan yang dilakukan perusahaan secara tidak langsung pasti juga berdampak pada *stakeholders* seperti karyawan, investor, pemasok, pemerintah, konsumen, serta masyarakat. Sehingga kegiatan tersebut menjadi perhatian dan minat para *stakeholders*, terutama investor dan calon investor sebagai pemilik atau penanam modal. Oleh sebab itu, perusahaan perlu memberi suatu informasi yang lengkap untuk para calon *stakeholder* tersebut. Sehingga perusahaan melaporkan lebih dari sekedar laporan keuangan, dengan mengungkapkan laporan tambahan yaitu pelaporan tahunan tentang aktivitas CSR perusahaan. (Mudjiyanti dan Maulani, 2017)

2.2.4 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Agency Theory merupakan sebagai agen dari suatu prinsipal yang mewakili seluruh kelompok yang berkepentingan dengan perusahaan. Para manajer diberikan kekuasaan oleh pemilik perusahaan yakni pemegang saham dalam membuat keputusan, dimana hal ini mengakibatkan potensi konflik kepentingan yang

diketahui sebagai teori keagenan (*agency theory*). Berdasarkan teori agensi, manajer mencoba untuk memenuhi kepentingan para *stakeholder* dengan mengungkapkan pertanggungjawaban sosial perusahaannya. *Stakeholder* akan puas, jika perusahaan tempat mereka berinvestasi akan mengungkapkan pertanggungjawaban sosial yang akan meningkatkan kepercayaan publik (Premana, 2011).

Adapun landasan dibalik munculnya teori keagenan adalah dimana individu bertindak untuk kepentingan diri mereka sendiri, sehingga terkadang kepentingan perusahaan diabaikan. Teori agensi mengarah pada tujuan agensi, *principal* (pemilik) yang memberi mandat kepada *agent* (pekerja). (Ikhlas dan Herkulanus, 2008 dalam Putri, Muslim, dan Yunilma)

2.2.5 Profitabilitas

Profitabilitas adalah suatu angka yang menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan pada tingkat penjualan aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas dapat digunakan sebagai salah satu indikator dalam penilaian prestasi perusahaan, selain itu juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan dimasa yang akan datang sehingga profitabilitas menjadi salah satu pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya (Septiana, 2014:19).

Perusahaan yang mempunyai *profit* tinggi harus bisa menerapkan CSR dan ikut berperan aktif dalam kegiatan CSR. Perusahaan yang memiliki *profit* tinggi akan memberikan kesempatan besar kepada suatu manajemen untuk mengungkapkan serta melakukan program CSR. Oleh sebab itu, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan CSR tersebut. Rasio profitabilitas yang sering digunakan, yaitu:

1. *Gross Profit Margin* (GPM)

Yaitu jenis rasio keuangan profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba kotor dari setiap penjualan.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2. *Net Profit Margin*(NPM)

Yaitu jenis rasio keuangan profitabilitas yang merupakan rasio laba setelah pajak pada total penjualan, yakni laba bersih yang diterima perusahaan dari total penjualan.

Gross Profit Margin

$$= \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

3. *Operating Ratio* (OR)

Yaitu jenis rasio keuangan profitabilitas yang merupakan rasio perbandingan antara harga pokok penjualan ditambah biaya operasi dengan penjualan. Tujuannya untuk melihat besarnya biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk penjualan. Jika operating ratio perusahaan semakin besar maka kinerja perusahaan tersebut jelek. Namun sebaliknya, jika operating ratio perusahaan tersebut kecil maka semakin baik.

$$\text{Operating ratio} = \frac{\text{HPP} + \text{Biaya Operasi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

4. *Return on Equity Ratio (ROE)*

Yaitu rasio profitabilitas untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham perusahaan tersebut yang dinyatakan dalam persentase. *ROE* dihitung dari penghasilan (*income*) perusahaan terhadap modal yang diinvestasikan oleh para pemilik perusahaan (pemegang saham biasa dan pemegang saham preferen). *Return on equity* menunjukkan seberapa berhasil perusahaan mengelola modalnya (*net worth*) sehingga tingkat keuntungan diukur dari investasi pemilik modal atau

pemegang saham perusahaan. ROE yaitu rentabilitas modal sendiri atau yang disebut rentabilitas usaha.

Return On Equity Ratio

$$= \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas pemegang saham}}$$

5. *Return On Investment (ROI)*

Yaitu rasio profitabilitas yang dihitung dari laba bersih setelah dikurangi pajak terhadap total aktiva. *Return on investment* berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan terhadap jumlah aktiva secara keseluruhan yang tersedia pad perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin baik kondisi suatu perusahaan.

Return On Investment

$$= \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

6. *Return On Asset (ROA)*

Yaitu memperhitungkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan suatu laba terlepas dari pendanaan yang dipakai. Analisis ROA mengukur kemampuan

perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total asset atau kekayaan yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai asset tersebut. Analisis ROA bisa diproyeksikan ke masa depan untuk melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa-masa mendatang. (Laksmitaningrum, 2013).

$$Return\ On\ Asset = \frac{Laba\ Bersih\ Setelah\ Pajak}{Total\ Aktiva}$$

2.2.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan memperlihatkan besarnya kekayaan yang tersimpan dalam perusahaan yang dapat dijadikan indikasi besar atau kecilnya skala sebuah perusahaan. (Ibrahim, 2015 dalam Putri, Muslim, Yunilma, 2015). Ukuran Perusahaan adalah skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan.(Putri, 2017). Mengenai teori agensi, perusahaan besar yang mempunyai biaya keagenan yang lebih besar akan mempublikasikan informasi yang lebih luas dalam mengurangi biaya keagenan. (Yulfaida dan Zhulaikha, 2012 dalam Almiyanti, 2014).Sementara alasan lainterkait dengan teori *stakeholder* bahwa perusahaan besar memiliki jumlah *stakeholder* yang banyak,karena itu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk memperoleh dukungan dari*stakeholder* (Widyatmoko,

2011). Menurut UU No. 20 Tahun 2008 mengklasifikasikan ukuran perusahaan ke dalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Mengklasifikasikan ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total asset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut. UU No. 20 Tahun 2008 tersebut mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar sebagai berikut :

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagai dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung

dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi Indonesia.

Menurut Jogiyanto (2007:282) dalam menganalisis ukuran perusahaan bisa dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{LN (Total Asset)}$$

Ukuran perusahaan dihitung menggunakan Logaritma natural dari total asset. Hal ini disebabkan besarnya total aktiva tidak sama di masing-masing perusahaan, bahkan memiliki selisih yang besar, dan menyebabkan nilai yang ekstrim, untuk menghindari data yang tidak normal tersebut maka total asset perlu dilogaritmakan yang diperoleh dari laporan posisi keuangan.

2.2.7 Likuiditas

Likuiditas adalah suatu kondisi yang menunjukkan bahwa perusahaan mampu untuk mendanai operasional perusahaan dan melunasi hutang jangka pendeknya (Putri, 2017). Likuiditas adalah

masalah yang terkait dengan masalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi (Riyanto, 2008:25). Rasio ini digunakan dalam memberikan gambaran mengenai pengaruh ketersediaan dana perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Perusahaan yang secara keuangan sehat, kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi CSR dibandingkan dengan perusahaan yang likuiditasnya rendah Arthana (2009). Berdasarkan teori legitimasi menyatakan bahwa kekuatan perusahaan yang ditunjukkan rasio likuiditas tinggi, akan terkait pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi. Hal ini didasarkan bahwa kekuatan keuangan perusahaan akan cenderung memberikan banyak informasi dari pada perusahaan dengan kondisi keuangan yang lemah (Rosyadi, 2015).

Current ratio digunakan dalam mengukur kemampuan korporasi untuk memenuhi kewajiban jangka pendek, dengan asumsi jika semua aktiva lancar dikonversikan ke dalam kas, indikator yang dipakai dalam menghitung rasio lancar adalah sebagai berikut : (Tampubolon, 2013 : 41). rasio likuiditas meliputi:

1. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Yaitu kemampuan asset lancar perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan asset lancar yang dimiliki.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Asset lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

2. Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Yaitu kemampuan asset lancar dikurangi persediaan untuk membayar kewajiban lancar. Rasio ini memberikan indikator yang lebih baik dalam melihat likuiditas perusahaan dibandingkan dengan rasio lancar, karena penghilangan unsur unsur persediaan dan pembayar dimuka serta asset yang kurang lancar dari perhitungan rasio.

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Asset lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

2.2.8 *Leverage*

Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan asetnya. Dalam arti luas rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Semakin tinggi rasio *leverage* berarti semakin tinggi utang yang digunakan untuk membiayai investasi perusahaan. Perusahaan yang tidak mempunyai *leverage* berarti

menggunakan modal sendiri 100% (Adrian, 2011). Rasio *leverage* yang sering digunakan, yaitu:

1. *Debt to Asset Ratio* (DAR),

Yaiturasio ini menekankan pentingnya pendanaan hutang dengan jalan menunjukkan persentase aset perusahaan yang didukung oleh hutang. Apabila rasionya tinggi yang artinya pendanaan dengan utang semakin banyak, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utang-utangnya dengan aset yang dimilikinya. Demikian pula apabila rasionya rendah, maka semakin kecil perusahaan dibiayai dengan utang. Rumus DAR ini ialah:

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aset}}$$

2. *Debt Equity Ratio* (DER)

Yaitu rasio ini menunjukkan persentase penyediaan dana oleh peminjam (kreditor) terhadap pemberi pinjaman. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. Semakin rendah pendanaan perusahaan yang disediakan oleh

peminjam, maka akan semakin kecil risiko yang ditanggung atas kegagalan yang mungkin terjadi di perusahaan. Rasio ini memberikan petunjuk umum tentang kelayakan dan risiko keuangan perusahaan.

Rumus DER ini ialah:

$$\text{Debt Equity Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}}$$

2.2.9 Corporate Social Responsibility (CSR)

Pada umumnya, CSR yaitu tanggung jawab social perusahaan terhadap lingkungan di sekitar yang dilakukan dengan melaksanakan segala kegiatan social yang bermanfaat bagi masyarakat yang ada disekitar lingkungan perusahaan. CSR merupakan pertanggung jawaban social oleh perusahaan terhadap masyarakat. CSR berkaitan dengan *Stakeholders* merupakan kinerja perusahaan dalam hal hubungannya dengan masyarakat setempat di mana perusahaan tersebut beroperasi dan dampaknya terhadap lingkungan telah menjadi bagian penting untuk mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan mengukur kemampuan perusahaan untuk terus beroperasi dengan efektif.

Menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Tanggung jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan

sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. *Organizations around the world, and their stakeholders, are becoming increasingly aware of the need for and benefits of socially responsible behaviour. The objective of social responsibility is to contribute to sustainable development (International Organization for Standardization (ISO), 2010).*

Lebih jauh menurut ISO (2010), *an organization's performance :*

Dalam kaitannya dengan masyarakat di mana ia beroperasi dan dampaknya terhadap lingkungan telah menjadi bagian penting dalam mengukur kinerja secara keseluruhan dan kemampuannya untuk terus beroperasi secara efektif. Hal ini, sebagian, merupakan cerminan dari pengakuan yang semakin meningkat akan kebutuhan untuk memastikan ekosistem yang sehat, kesetaraan sosial dan tata kelola organisasi yang baik. Dalam jangka panjang, semua kegiatan organisasi bergantung pada kesehatan ekosistem dunia.

Definisi tersebut mendefinisikan bahwa CSR merupakan kinerja perusahaan dalam hal hubungannya dengan masyarakat setempat di mana perusahaan tersebut beroperasi dan dampaknya terhadap lingkungan telah menjadi bagian penting untuk mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan mengukur kemampuan perusahaan untuk terus beroperasi dengan efektif (Kurniawati, 2013)

Benardi (2009) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut:

1. *Basic responsibility* (BR)

Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti, perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.

2. *Organization responsibility* (OR)

Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholder* seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat di sekitarnya.

3. *Societal responses* (SR)

Pada level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan. Untuk dapat menentukan ruang lingkup dari tanggung jawab sosial, mengidentifikasi isu-isu yang relevan, dan menentukan

prioritasnya terhadap tanggung jawab sosial, suatu perusahaan harus dapat mengerti elemen dasar yang terdapat dalam tanggung jawab sosial. Ada tujuh elemen dasar dari praktik CSR yang dapat dilakukan oleh perusahaan (Rongiyati, 2009) yaitu :

1. Tata kelola perusahaan

Elemen ini mencakup bagaimana perusahaan harus bertindak sebagai elemen dasar dari tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dan sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menerapkan perilaku yang bertanggung jawab sosial (*socially responsible behavior*) yang berkaitan dengan elemen dasar lainnya.

2. Hak asasi manusia

Elemen ini mencakup penghormatan terhadap hak asasi manusia.

Hak asasi manusia terbagi menjadi dua katagori utama, katagori pertama menangani hak-hak sipil dan politik (*civil and political rights*) yang mencakup hak untuk hidup dan kebebasan (*right to life and liberty*), kesetaraan di mata hukum (*equality before the law*), dan hak untuk berpendapat (*freedom of expression*). Katagori yang kedua mengenai hak-hak ekonomi, sosial dan budaya (*economic,*

social and cultural rights) yang mencakup hak untuk bekerja (*right to work*), hak atas pangan (*right to food*), hak atas kesehatan (*right to health*), hak atas pendidikan (*right to education*) dan hak atas jaminan sosial (*right to social security*).

3. Ketenagakerjaan (*labour practices*)

Elemen ini mencakup seluruh hal yang terdapat didalam prinsip dasar deklarasi ILO 1944 dan hak-hak tenaga kerja dalam deklarasi hak asasi manusia. Sebagai contohnya yaitu pelaksanaan kondisi kerja yang baik, bermartabat, kondusif, serta pengembangan sumber daya manusia, dan lain-lain.

4. Lingkungan

Elemen ini mencakup pencegahan polusi sebagai dampak aktivitas perusahaan, pencegahan *global warming*, pendayagunaan sumber alam secara efisien dan efektif, dan penggunaan sistem manajemen lingkungan yang efektif dan berkelanjutan.

5. Praktik operasional yang adil (*fair operational practices*)

Elemen ini mencakup pelaksanaan aktivitas secara etik dan luas pengungkapan aktivitas perusahaan yang transparan, pelaksanaan aktivitas pemilihan pemasok yang etis dan sehat, penghormatan terhadap hak-hak intelektual dan

kepentingan *stakeholder*, serta perlawanan terhadap korupsi.

6. Konsumen (*consumer issues*)

Elemen ini mencakup penyediaan informasi yang akurat dan relevan tentang produk perusahaan kepada pelanggan, penyediaan produk yang aman dan bermanfaat bagi pelanggan.

7. Keterlibatan dan pengembangan masyarakat (*community involvement and development*)

Elemen ini mencakup pengembangan masyarakat, peningkatann kesejahteraan masyarakat, aktivitas sosial kemasyarakatan (*philantrophy*), dan melibatkan masyarakat didalam aktivitasoperasional perusahaan.

Dampak *corporate social responsibility* :

1. Mengurangi kemiskinan, dengan menggunakan pekerja yang berasal disekitar perusahaan mereka dengan menciptakan lapangan kerja, bisa menciptakan produk dikalangan ke bawah yang secara langsung memberikan dampak kepada golongan bawah tersebut, dan menyediakan pelatihan.
2. Meningkatkan standart pendidikan, mungkin dengan memberikan beasiswa kepada orang-orang yang

bener-bener membutuhkan, membantu sarana prasarana dalam pembangunan gedung.

3. Meningkatkan kesehatan, dengan menyediakan sarana prasarana yang berhubungan dengan kesehatan bagi masyarakat sekitar, Contohnya membuka klinik kesehatan dengan adanya pengobatan gratis, memberikan fasilitas air bersih di setiap sekolah.

2.2.10 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan berarti tidak menyembunyikan atau menutupi sesuatu. Pengungkapan mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha (Chairi dan Ghozali, 2007 dalam Laksmi taningrum, 2013).

Adapun tujuan CSR adalah untuk meningkatkan citra perusahaan dan membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial di antara organisasi dan masyarakat (Handayati, 2011). Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable*

development). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya (Ayu, 2012)

Ketentuan mengenai pelaksanaan CSR di Indonesia diatur dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 Undang-undang tersebut menyebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Dalam Undang-undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) menyatakan bahwa “Setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga terdapat dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (sebagai pengganti Bapepem LK) No.X.K.6 Lampiran Keputusan Ketua Bapepem-LK No.Kep-431/BL/2012 tentang Penyampaian Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik.

Terdapat beberapa standar yang digunakan dalam mengukur pengungkapan CSR, salah satunya adalah standar

yang ditetapkan oleh *Global Reporting Initiative Generation* (GRI). Ikatan Akuntan Indonesia, Kompartemen Akuntan Manajemen (IAI-KAM) atau sekarang dikenal dengan Ikatan Akuntan Manajemen Indonesia (IAMI) merujuk standar yang dikembangkan oleh GRI dalam pemberian penghargaan *Indonesia Sustainability Report Award* (ISRA) kepada perusahaan-perusahaan yang ikut serta dalam membuat laporan berkelanjutan atau *sustainability report* (Waryanto, 2010). Di dalam *Global Reporting Initiative Generation 4* (GRI G4) meliputi 91 item pengungkapan yang terdiri dari :

- a. Kinerja ekonomi, terdiri dari 1 dimensi, dan 9 indikator.
- b. Kinerja social, terdiri dari 4 dimensi, dan 48 indikator.
- c. Kinerja lingkungan, terdiri dari 1 dimensi, dan 34 indikator.

Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut :

$$CSRI = \frac{\Sigma (KEi + KLi + KSi)}{\Sigma indeksGRI}$$

Σ Indeks GRI adalah jumlah item pengungkapan CSR menurut GRI

$\Sigma (KEi + KLi + KSi)$ = jumlah item CSR yang diungkapkan oleh perusahaan

Kei = indikator kinerja ekonomi yang diungkapkan

KLi = indikator kinerja lingkungan yang diungkapkan

KSi = indikator kinerja sosial yang diungkapkan

Tabel 2.2 Indikator *Corporate Social Responsibility*

No.	Indikator	Kode	Item
1.	Kinerja Ekonomi	EC 1	Nilai ekonomi langsung dihasilkan dan didistribusikan
		EC 2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim.
		EC 3	Ruang lingkup pertanggungjawaban organisasi untuk program imbalan pasti
		EC 4	Bantuan keuangan yang diterima dari pemerintah
		EC 5	Rasio upah karyawan baru / baru menurut jenis kelamin menurut upah minimum regional di lokasi operasional yang signifikan.
		EC 6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan.
		EC 7	Pengembangan dan dampak dari layanan investasi infrastruktur jasa yang diberikan.
		EC 8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan termasuk besarnya dampak.
		EC 9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
2.	Lingkungan	EN 1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat/volume
		EN 2	Persentase bahan yang digunakan yaitu bahan input yang didaur ulang
		EN 3	Konsumsi energi dalam organisasi
		EN 4	Konsumsi energi di luar organisasi
		EN 5	Intensitas energy
		EN 6	Mengurangi konsumsi energy
		EN 7	Mengurangi permintaan energi pada produk dan layanan
		EN 8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
		EN 9	Sumber air secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
		EN 10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
		EN 11	Lokasi - lokasi operasional yang dimiliki, disewakan, dikelola di atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar kawasan

Lanjutan ...

		lindung
EN 12	Deskripsi dampak signifikan dari kegiatan, produk, dan layanan terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan Di lanjutkan ... nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di area kawasan lindung.	
EN 13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan	
EN 14	Jumlah total spesies dalam daftar dan spesies IUCN Red dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang terkena dampak operasional, berdasarkan pada tingkat risiko kepunahan.	
EN 15	Emisi gas rumah kaca langsung	
EN 16	Emisi gas rumah kaca tidak langsung	
EN 17	Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya dirinci dalam metrik ton	
EN 18	Intensitas emisi gas rumah kaca	
EN 19	Pengurangan Emisi GRK	
EN 20	Emisi zat perusak lapisan ozon	
EN 21	Nox, Sox dan emisi udara penting lainnya	
EN 22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan	
EN 23	Total berat sampah berdasarkan jenis dan metode pembuangan	
EN 24	Jumlah total dan volume total tumpahan signifikan	
EN 25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi baseline Lampiran I, II, III dan VIII diangkut, diimpor, diekspor atau diproses dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional.	
EN 26	Identitas, ukuran, status yang dilindungi dan nilai keanekaragaman hayati badan air dan habitat terkait secara signifikan dipengaruhi oleh air limbah dan limpasan dari organisasi.	
EN 27	Tingkat mitigasi dampak pada dampak lingkungan dari produk dan layanan.	
EN 28	Persentase produk yang dijual dan kemasan yang direklamasi berdasarkan kategori	
EN 29	Nilai uang dari denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan.	
EN 30	Dampak lingkungan yang signifikan dari pengangkutan produk dan barang dan bahan lain untuk organisasi operasional dan pengangkutan tenaga kerja.	

Lanjutan ...

		EN 31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenisnya.
		EN 32	Persentase penyaring menggunakan kriteria lingkungan Di lanjutkan ... baru
		EN 33	Dampak lingkungan aktual dan potensial negatif yang signifikan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
		EN 34	Jumlah keluhan tentang dampak lingkungan yang disampaikan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal.
3.	Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja	LA 1	Jumlah dan tingkat perekrutan karyawan baru dan perputaran karyawan berdasarkan usia, jenis kelamin, dan wilayah.
		LA 2	Manfaat yang diberikan kepada karyawan purnawaktu tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu atas dasar lokasi operasi yang signifikan.
		LA 3	Tingkat pengembalian kerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, berdasarkan gender
		LA 4	Kerangka waktu minimum untuk setiap perubahan operasi termasuk apakah mereka dinyatakan dalam perjanjian bersama.
		LA 5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite manajemen gabungan formal - pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran tentang program kesehatan dan keselamatan kerja.
		LA 6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat pekerjaan, hari-hari yang hilang dan ketidakhadiran serta jumlah total kematian terkait pekerjaan menurut wilayah dan jenis kelamin.
		LA 7	Pekerja yang sering terpapar atau berisiko tinggi terkena penyakit terkait dengan pekerjaan mereka.
		LA 8	Topik-topik kesehatan dan keselamatan yang dicakup oleh perjanjian resmi dengan serikat pekerja.
		LA 9	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan menurut jenis kelamin dan berdasarkan kategori karyawan
		LA 10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang mendukung keberlanjutan karyawan dan membantu mereka mengelola penuh waktu
		LA 11	Persentase karyawan yang kinerja reguler dan Lanjutkan ... ilaian karier berdasarkan gender dan kategori karyawan.
		LA 12	Komposisi badan tata kelola dan pembinaan

Di lanjutkan ...

			karyawan berdasarkan gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas dan indikator keragaman lainnya.
		LA 13	Rasio gaji pokok dan remunerasi untuk perempuan terhadap laki-laki sesuai dengan kategori karyawan berdasarkan lokasi operasional yang signifikan.
		LA 14	Persentase pemutaran pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan.
		LA 15	Dampak negatif signifikan aktual dan potensial terhadap praktik tenaga kerja dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
		LA 16	Jumlah keluhan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal.
4.	Hak Asasi Manusia	HR 1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang mencakup klausul yang berkaitan dengan hak asasi manusia atau skrining atas dasar hak asasi manusia.
		HR 2	Jumlah waktu pelatihan karyawan mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia yang terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi termasuk persentase karyawan yang terlatih.
		HR 3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil.
		HR 4	Operasi dan pemasok yang teridentifikasi yang mungkin melanggar hak untuk menggunakan kebebasan berserikat dan perundingan bersama dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
		HR 5	Operasi dan pemasok yang teridentifikasi berisiko tinggi mengeksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi pada penghapusan pekerja anak secara efektif.
		HR 6	Operasi dan pemasok yang teridentifikasi berisiko tinggi terhadap kerja paksa dan tindakan wajib untuk berkontribusi dalam penghapusan semua bentuk kerja paksa atau wajib kerja.
		HR 7	Persentase petugas keamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia dalam organisasi yang relevan dengan operasi
		HR 8	Jumlah total insiden pelanggaran hak dan tindakan masyarakat sipil yang diambil.
		HR 9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan tinjauan atau Di lanjutkan ... hak asasi manusia.

		HR 10	Persentase pemutaran pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia.
		HR 11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
		HR 12	Jumlah keluhan tentang dampak hak asasi manusia yang diangkat, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal.
5.	Masyarakat/Sosial	SO 1	Persentase operasi dengan keterlibatan masyarakat setempat, penilaian dampak dan program pembangunan dilaksanakan.
		SO 2	Operasi dengan dampak negatif yang nyata dan signifikan terhadap masyarakat lokal.
		SO 3	Jumlah dan persentase operasi dinilai terhadap risiko yang terkait dengan korupsi dan mengidentifikasi risiko signifikan.
		SO 4	Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur antikorupsi.
		SO 5	Insiden dan tindakan korupsi yang telah terbukti.
		SO 6	Nilai total kontribusi politik oleh negara dan penerima manfaat.
		SO 7	Jumlah total tindakan hukum terkait dengan praktik anti persaingan, anti-trust, dan monopoli serta hasil.
		SO 8	Nilai uang denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter untuk ketidakpatuhan terhadap hukum dan peraturan.
		SO 9	Penyaringan persentase pemasok baru menggunakan kriteria dampak masyarakat.
		SO 10	Dampak negatif signifikan aktual dan potensial terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
		SO 11	Jumlah keluhan tentang dampak pada masyarakat yang disampaikan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal.
6.	Tanggung Jawab Atas Produk	PR 1	Sebuah persentase yang ... kategori produk dan layanan yang Lanjutan ... an dan keselamatannya dinilai untuk perbaikan.
		PR 2	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan regulasi sukarela yang berkaitan dengan dampak kesehatan dan keselamatan produk dan layanan sepanjang siklus hidup berdasarkan jenis hasil.
		PR 3	Jenis-jenis informasi proc Di lanjutkan ... yang diperlukan oleh prosedur organisasi yang terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan

			layanan serta persentase yang signifikan dari kategori produk dan layanan harus mengikuti persyaratan informasi yang serupa.
		PR 4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan kode sukarela berkaitan dengan informasi dan pelabelan produk dan layanan menurut jenis hasil.
		PR 5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan.
		PR 6	Penjualan produk terlarang atau yang disengketakan.
		PR 7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap aturan dan kode sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor menurut jenis hasil.
		PR 8	Jumlah total keluhan yang ditemukan terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
		PR 9	Nilai denda yang signifikan untuk ketidakpatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berkaitan dengan pasokan dan penggunaan produk dan layanan.

Sumber: GRI – 4

2.3 Pengaruh Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

Rasio *profitabilitas* mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri (*shareholders equity*) (Raharjaputra, 2009).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017) Perusahaan yang tingkat *profitabilitas* tinggi cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi tanggung jawab sosial

perusahaan tersebut, karena perusahaan yang memiliki kemampuan menghasilkan laba yang tinggi, biasanya juga memiliki banyak dana, termasuk untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, agar bisa mengurangi tekanan sosial dan pandangan negatif dari pasar. Hal ini tidak didukung oleh peneliti Barnas, Hapsari, dan Yudowat (2016) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR.

2.3.2 Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Dari sisi tenaga kerja, dengan semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Program berkaitan dengan tenaga kerja yang merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan, akan semakin banyak dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti bahwa program tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin banyak dan akan diungkapkan dalam laporan tahunan (Ihsan, 2014).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Barnas, Hapsari, dan Yudowat (2016) menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social*

responsibility. Ukuran perusahaan pada penelitian ini diukur berdasarkan nilai total aset perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung teori agensi yang menyatakan bahwa perusahaan besar akan lebih banyak melakukan pengungkapan sosial untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Tristanty, 2012).

Hal ini berbeda dengan Kurnianingsih (2013) menyatakan bahwa *Size* Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.3.3 Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Perusahaan dengan *likuiditas* yang tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain, bahwa mereka lebih baik dari pada perusahaan lain, dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial. Sinyal tersebut dilakukan dengan cara memberikan informasi yang lebih luas tentang tanggungjawab sosial dan lingkungan yang mereka lakukan (Kamil dan Antonius, 2012).

Rasio likuiditas yang diukur dengan rasio lancar (*current ratio*) memberikan gambaran kemampuan perusahaan dalam melunasi utang-utang jangka pendeknya dengan menggunakan Aset lancar yang tersedia. Namun perlu diingat dalam melakukan analisis pada rasio lancar, perlu diketahui apa yang menyebabkan rasio lancar tersebut tinggi. Jika yang menyebabkan adalah piutang atau persediaan, maka dalam memenuhi kewajibannya perusahaan harus terlebih

dahulu menagih piutang atau melakukan penjualan pada persediaan agar diperoleh kas untuk membayar kewajibannya tersebut. Akan tetapi, apabila piutang tidak dapat ditagih dan persediaan tidak mampu dijual berarti perusahaan tidak mempunyai cukup kas (uang) untuk memenuhi kewajibannya dan ini menunjukkan bahwa perusahaan sedang mengalami kesulitan keuangan. (Ihsan, 2014).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Putri, Muslim, dan Yunilma (2015) menunjukkan bahwa Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini tidak didukung oleh Putri dan Christiawan (2014) yang menunjukkan bahwa Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.3.4 Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

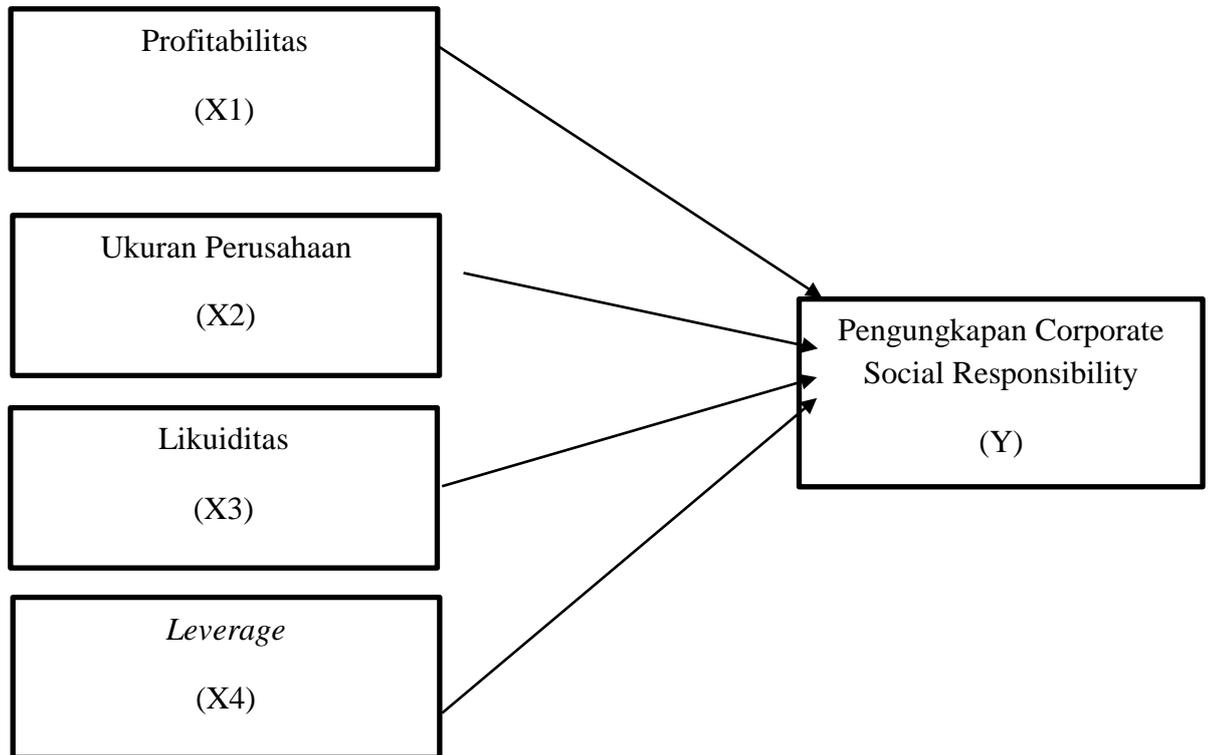
Perusahaan dengan rasio *Leverage* yang lebih tinggi berusaha menyampaikan lebih banyak informasi sebagai instrument untuk mengurangi *monitoring cost* bagi investor. Mereka memberikan informasi yang lebih detail dalam laporan tahunan untuk memenuhi kebutuhan tersebut dibandingkan dengan perusahaan yang tingkat *Leverage* yang lebih rendah (Premana, 2011). Menurut Farizqi (2010), semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan

laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Yulius Jogi Christiawan (2014) menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini tidak di dukung oleh yang menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.4 Kerangka Konseptual

Rerangka berfikir dalam penelitian ini bermula dari variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dipengaruhi dengan berbagai indikator. Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel Profitabilitas, variabel Ukuran Perusahaan, variabel Likuiditas, variabel *Leverage* dan variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengaruh antar Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, *Leverage* dan variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dijelaskan pada Gambar 2.1 berikut.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2013:64)

H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

H3 : Likuiditas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

H4 : Leverage perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*