BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Review Penelitian Terdahulu

Dari hasil penelitian terdahulu, dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan terdapat beberapa penelitian yang melatar belakangi penelitian ini diantaranya:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL PENELITIAN	HASIL PENELITIHAN	PERBEDAAN DAN PERSAMAAN
1.	PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2015-2018.	1. PROFITABILITAS (X1) 2. LEVERAGE (X2) 3. UKURAN PERUSAHAAN (X3) 4. PENGUNGKAPAN CSR (Y)	Profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*	Perbedaan: variabel X3 periode objek yang diteliti Persamaan: metode kuantitatif variabel
2.	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)	1. Profitabilitas (X1) 2. Leverage (X2) 3. Ukuran perusahaan (X3) 4. Pengungkapan CSR (Y)	Profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan csr	Perbedaan: variabel X3 objek Persamaan: metode kuantitatif variabel
3.	PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LIKUIDITAS, RISIKO KEUANGAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL (Studi Pada Perusahaan Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2016)	1. Ukuran perusahaan (X1) 2. Likuiditas (X2) 3. Resiko keuangan (X3) 4. Profitabilitas (X4) 5. Pengungkapan CSR (Y)	Ukuran perusahaan berpengaruh posistif,likuiditas berpengaruh negatif,leverage berpengaruh negatif dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan csr	Perbedaan: variabel periode Persamaan: metode kuantitatif objek

4.	PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE, LIKUIDITAS DAN KOMITE AUDIT TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2021	1. Ukuran Perusahaan (X1) 2. Profitabilitas (X2) 3. Leverage (X3) 4. Likuiditas (X4) 5. Komite audit (X5) 6. Pengungkapan CSR (Y)	ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. komite audit tidak berepngaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.	Perbedaan: variabel objek periode Persamaan: variabel (X2, X3, X4, Y) metode kuantitatif
5.	PENGARUH PROFATIBILITAS, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (Studi Pada Perusahaan-perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dan Listed (Go-Public) di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012)	1. Profitabilitas (X1) 2. Likuiditas (X2) 3. Leverage (X3) 4. Pengungkapan CSR (Y)	profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.	Perbedaan: objek Persamaan: variabel (x dan y)
6.	PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA	1. Profitabilitas (X1)) 2. Likuiditas (X2) 3. Leverage (X3) 4. Ukuran perusahaan (X4) 5. Pengungkapan CSR(Y)	Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan csr likuiditas, leverage dan ukuran	Perbedaan: variabel X4 Persamaan: variabel X1, X2, X3 dan Y Objek penelitian

	PERUSAHAAN PERTAMBANGAN SUBSEKTOR BATU BARA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2019		perusahaan tidak berpengaruh	
7.	*The Effect of Profitability, Leverage, Liquidity, and Green Accounting on Corporate Social Responsibility Disclosures: Study on Mining Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange from 2016 to 2020*	1. *Profitability* (X1) 2. Leverage (X2) 3. *Liquidity* (X3) 4. *Green Accounting* (X4) 5. *Corporate Social Responsibility* (Y)	Leverage dan green accounting berpengaruh positif terhadap csr Profitablitas dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap csr	Perbedaan: Variabel X4 Persamaan: variabel X1, X2, X3 dan variabel Y Objek penelitian

Pada penilitian ini jurnal terdahulu yang dijadikan acuan oleh peneliti adalah jurnal dengan judul "PENGARUH PROFATIBILITAS, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (Studi Pada Perusahaan-perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dan Listed (Go-Public) di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012)".alasan menggunakan jurnal tersebut sebagai acuan dikarenakan dari variabel yang digunakan mulai dari variabel x dan juga variabel y sama dengan variabel yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini,kemudian hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada objek yang diteliti.

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1. Teori Stakeholder

Menurut Freedman dalam Rusdianto (2013:38), Stakeholder adalah individu atau kelompok yang bisa mempengaruhi atau dipengaruhi oleh organisasi sebagai dampak dari aktivitasnya. Teori ini mengatakan bahwa

perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri tapi harus memberikan manfaat bagi Stakeholder. Stakeholder dapat didefinisikan sebagai orang dengan suatu kepentingan atau perhatian pada permasalahan (Rizky et al., 2016). Stake holders theory berpendapat bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun memberikan manfaat bagi stakeholders (Chariri, 2007, p. 409). Pengungkapan CSR bagi suatu perusahaan bersifat penting, hal demikian karena para stakeholders perlu untuk mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan stakeholders, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya (Riswari, 2012). Gray et al., (2001) menyatakan pendapatnya yakni suistainability suatu perusahaan bergantung pada support yang diberikan stakeholder dan tentunya hal ini perlu untuk dapat diusahakan oleh perusahaan. Semakin kuat dukungan yang diberikan stakeholder, dapat meningkatkan usaha perusahaan agar mampu beradaptasi. Pengungkapan CSR dianggap mampu menjadi dialog penghubung antar perusahaan dan stakeholdernya. Pada dasarnya pemanfaatan sumber daya ekonomi oleh perusahaan juga mampu untuk dipengaruhi dan dikendalikan oleh stakeholder. Berdasar pada hal tersebut, kapasitas yang dimiliki atas sumber tersebut mampu menjadi penentu kekuatan stakeholder. Kekuatan yang dimaksud dalam hal ini yakni dapat berupa capability dalam penentuan penggunaan sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga

kerja), akses media yang berpengaruh, kemampuan atas kontrol perusahaan, atau kemampuan dalam mempengaruhi konsumsi barang dan jasa (Deegan et al., 2000).

2.2.2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi dikemukakan pertama kali oleh Dowling & Pfeffer (1975), ia menyatakan bahwa legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan agar mampu untuk dapat survive dan bertahan hidup. Teori legitimasi berakar pada gagasan perjanjian sosial antar korporasi dan masyarakat. Kelangsungan hidup dan pertumbuhan suatu perusahaan bergantung pada kemampuannya untuk menyampaikan tujuan yang diinginkan untuk mendistribusikan manfaat baik dalam bidang ekonomi, sosial, atau politik kepada masyarakat dimana ia memperoleh kekuatannya. Menurut rokhlinasari (2016) Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin operasi mereka berada dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat. Dalam perspektif teori legitimasi, suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktivitasnya jika manajemen menganggap bahwa hal ini adalah yang diharapkan komunitas. (Ali et al., 2021) legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk mempertahankan hidup (going concern) (RAFIKA ANGGARINI PUTRI DAN YULIUS JOGI CHRISTIAWAN, n.d.). Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa kegiatan perusahaan dapat menimbulkan

dampak sosial dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Selain itu, praktik pengungkapan sosial dan lingkungan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh yang baik maupun dampak yang buruk (RAFIKA ANGGARINI PUTRI DAN YULIUS JOGI CHRISTIAWAN, n.d.).

2.2.3. Teori sinyal

Teori sinyal atau *signaling theory* adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini memberikan penjelasan mengenai alasan perusahaan memiliki dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan perusahaan untuk pihak eksternal. Dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan untuk pihak eksternal dilandasi pada terdapatnya asimetri informasi antar manajemen perusahaan dan pihak eksternal (Bergh et al., 2014). Perusahaan atau manajemen perusahaan memiliki lebih banyak informasi terkait operasional perusahaan dan prospek masa depan perusahaan dibandingkan dengan pihak eksternal seperti investor, kreditor, underwritter dan pengguna informasi lainnya. Oleh karena itu, untuk

menanggapi permasalahan tersebut dan mengurangi asimetri informasi yang terjadi maka hal yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan sinyal kepada pihak luar yang dilakukan melalui laporan keuangan perusahaan yang didalamnya terdapat informasi keuangan perusahaan yang kredibel atau dapat dipercaya dan akan memberikan kepastian mengenai prospek keberlanjutan perusahaan kedepannya.

2.2.4. Corporate Social Responsibility

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* adalah kegiatan perusahaan yang memiliki tujuan untuk memberikan manfaat tidak hanya semata-mata untuk perusahaan tetapi juga untuk kepentingan karyawan, konsumen, pemerintah, masyarakat, dan lingkungan. Kewajiban perusahaan di Indonesia untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan tertuang dalam undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas yang menyatakan bahwa perusahaan yang aktivitas usahanya mengelola, memanfaatkan atau berdampak pada kemampuan dan ketersediaan sektor sumber daya alam wajib melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan. (Sugiarto, 2016).

2.2.5. Profitabilitas

Profitabilitas adalah ukuran dan tujuan terpenting dari setiap perusahaan. Profitabilitas selalu mempresentasikan perbandingan antara keuntungan

dengan aset atau modal yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola seluruh asetnya, sumber daya yang tersedia untuk membuat perusahaan tersebut mengutungkan selama jangka waktu tertentu. Mendapatakan keuntungan yang maksimal adalah salah satu tujuan ketika memulai bisnis. Efektivitas manajemen dapat diukur dengan rasio profitabilitas dari tingkat penjualan dan pengembalian investasi. Beberapa rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas yaitu sebagai berikut:

1. Gross Profit Margin (GPM)

Menurut laman Corporate Finance Institute, *gross profit margin* adalah salah satu jenis rasio profitabilitas yang sering digunakan badan usaha. Ia biasanya dimanfaatkan guna menilai persentase laba kotor terhadap pendapatan yang dihasilka n dari *sales*. Gross profit margin sendiri dilakukan dengan cara membandingkan laba kotor dengan pendapatan penjualan (*sales*). Jenis rasio ini menunjukkan berapa banyak pendapatan sebuah badan usaha, dengan cara mempertimbangkan biaya yang dibutuhkan untuk keperluan produksi. Nilai *gross profit margin* yang tinggi menggambarkan efisiensi operasi bisnis yang baik. Perusahaan juga berarti bisa menutupi biaya operasional, biaya tetap, dividen,

depresiasi, sambil memberikan laba bersih kepada bisnis. Rumus menghitung *gross profit margin* adalah:

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Total Pendapatan}} x100\%$$

2. Net Profit Margin (NPM)

Rasio satu ini digunakan untuk menilai persentase laba bersih yang diraih setelah dikurangi pajak dari pendapatan yang diperoleh dari *sales*. Rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. Semakin tinggi nilai laba bersih, semakin baik efisiensi operasi suatu perusahaan. Rumus perhitungan *net profit margin* adalah sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}}$$

3. Return on Assets Ratio (ROA)

Return on assets ratio adalah jenis rasio profitabilitas yang menilai persentase keuntungan yang diraih perusahaan terkait dengan sumber daya sehingga efisiensi mereka dalam mengelola asetnya dapat dilihat dari rasio persentase ini. Rumus yang bisa dimanfaatkan untuk mengukur *return on assets ratio* adalah:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}} x100\%$$

4. Return on Equity Ratio (ROE)

Return on Equity Ratio adalah jenis rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari investasi *shareholder* yang dinyatakan dalam persentase. ROE sendiri dihitung berdasarkan pendapatan terhadap modal yang ditanamkan oleh pemilik perusahaan. Adapun rumus untuk mengukur ROE adalah seperti berikut ini:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} x100\%$$

5. Return on Investmen Ratio (ROI)

Return on investment adalah jenis rasio profitabilitas yang dihitung berdasarkan laba bersih setelah dikurangi pajak terhadap total aktiva. Rasio satu ini berguna untuk melihat efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan terhadap jumlah aktiva secara keseluruhan yang tersedia pada perusahaan. Adapun rumus untuk mengukur *return on investment* adalah seperti berikut:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Atas Investasi} - \text{Investasi Awal}}{\text{Investasi}} x100\%$$

Pada penelitian ini profitabilitas diukur dengan *ROA (Return On Assets)* karena dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh *return on assets*. Meterik ini mengukur laba atas investasi perusahaan di semua asetnya. Apabila nilai *ROA* tinggi maka

keuntungan yang diperoleh Perusahaan juga semakin tinggi. *ROA* adalah rasio keuntungan perusahaan setelah pajak terhadap total asetnya.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}} x100\%$$

2.2.6. Likuiditas

Rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan Perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Tujuan dari rasio likuidtas adalah untuk menilai kemampuan keuangan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jngka pendek dan kewajiban pembayarannya. Apabila rasio likuiditas semakin tinggi maka semakin baik bagi para investor. Fungsi lain rasio likuiditas adalah untuk menunjukan atau mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar perusahaan (likuiditas badan usaha) maupun di dalam perusahaan (likuiditas perusahaan). Atau dengan kata lain, ratio likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutang – hutang (kewajiban) jangka pendeknya yang jatuh tempo, atau rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajibannya saat ditagih. Likuiditas(Putri et al., 2020).

Likuiditas perusahaan yang diukur dengan mengunakan rasio lancar menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya pada saat penagihan. Perusahaan yang memenuhi kewajibannya tepat waktu dapat dikatakan perusahaan tersebut dalam keadaan likuid.

Beberapa rasio yang digunakan untuk mengukur Likuiditas yaitu sebagai berikut:

1. Current Ratio

Current Ratio (CR) adalah rasio yang digunakan untuk menentukan kemampuan Perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan aktiva lancar. *Current Ratio* menunjukkan seberapa baik aset lancar dapat menutupi kewajiban lancar. Apabila *Current Ratio* tinggi terhadap kewajiban lancar maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk menutupi kewajiban jangka pendeknya. Berikut rumus untuk mencari CR:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

2. Quick Ratio

Rasio ini menunjukkan kemampuan aktiva lancar yang paling likuid mampu menutupi utang lancar.Semakin besar rasio ini semakin baik.Rasio ini disebut juga Acid Test Rasio.Angka rasio ini tidak harus 100% atau 1:1.Rasio ini berfungsi sebagai pelengkap rasio lancar dalam menganalisis likuiditas (Harahap, 2013).Quick Ratio dirancang untuk mengukur seberapa baik perusahaan dapat memenuhi kewajibannya, tanpa harus melikuidasi atau terlalu bergantung pada persediaannya

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current Assets} - \text{Investory}}{\text{Current Liabilities}}$$

3. Rasio Kas atas Aktiva Lancar

Rasio ini menunjukkan porsi jumlah kas dibandingkan dengan total aktiva lancar. Cash ratio merupakan alat paling likuid,

sehingga batasan angka normal yang baik adalah rasio atau pedoman yang baik adalah > 30% (minimal 0,3 atau 30%) (Harahap, 2013).

$$\text{Rasio Kas atas Aktiva Lancar} = \frac{\text{Kas}}{\text{Aktiva Lancar}}$$

4. Rasio Kas atas Utang Lancar

Rasio ini menunjukan porsi yang dapat menutupi utang lancar. Standar rasio 100% dipandang sudah menujukan baiknya kondisi keuangan jangka pendek, artinya bahwa setiap Rp 1,00 dari utang lancar dijamin oleh aktiva yang leih likuid (Harahap, 2013).

$$\text{Rasio Kas atas Utang Lancar} = \frac{\text{Kas}}{\text{Utang Lancar}}$$

Berdasarkan penelitian ini terdapat beberapa jenis rasio likuiditas yang paling sering digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan. Curret Ratio atau rasio lancar merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau hutang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Dengan kata lain, seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. Pada penelitian ini rasio yang digunakan untuk mengukur likuiditas yaitu Current Ratio.

2.2.7. Leverage

Leverage merupakan rasio yang bermanfaat untuk mengukur seberapa baik beban utang perusahaan relatif terhadap asetnya. Dalam praktiknya,

apabila dari hasil perhitungan, perusahaan ternyata memiliki rasio leverage yang tinggi, hal ini akan berdampak timbulnya risiko kerugian lebih besar, tetapi juga ada kesempatan mendapat laba besar juga. Sebaliknya apabila perusahaan memiliki rasio leverage lebih rendah tentu mempunyai risiko kerugian lebih kecil pula, terutama pada saat perekonomian menurun. Dampak ini juga mengakibatkan rendahnya tingkat hasil pengembalian (return) pada saat perekonomian tinggi. Oleh karena itu perlu pengelolaan rasio leverage dengan baik sehingga mampu menyeimbangkan pengembalian yang tinggi dengan risiko yang dihadapi (Putri et al., 2020). Rasio leverage dapat diukur dengan beberapa rumus yaitu:

1. *Debt to equity ratio* (DER)

   Rasio ini menghitung proporsi utang dan ekuitas yang digunakan perusahaan untuk mendanai operasinya. Untuk menghitung rasio utang terhadap ekuitas, Anda dapat menggunakan rumus berikut:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2. *Debt to Assets Ratio* (DAR)

   Rasio ini mengukur seberapa banyak hutang yang digunakan perusahaan untuk membiayai asetnya. Nilai *debt to assets ratio* yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki risiko investasi yang lebih tinggi. Untuk menghitung rasio utang terhadap aset, Anda dapat menggunakan rumus berikut:

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

3. *Debt to Capital Ratio*

Debt to capital ratio atau rasio utang terhadap modal membandingkan total kewajiban dengan total modalnya. Rasio ini mengukur leverage keuangan perusahaan dan membantu investor memahami seberapa baik perusahaan dapat menangani penurunan pendapatan penjualan. Investor lebih memilih perusahaan dengan rasio utang terhadap modal yang lebih rendah. Untuk menghitung rasio utang terhadap modal, Anda dapat menggunakan rumus berikut:

$$\text{DCR} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total utang} + \text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

4. Debt to EBITDA

Debt to EBITDA atau rasio utang pada pendapatan sebelum bunga, depresiasi dan amortisasi mengukur kapasitas perusahaan untuk melunasi utang yang tertunda. Lembaga kredit dan lembaga keuangan menggunakan rasio ini untuk memahami seberapa efisien mereka dapat membayar utang mereka. Untuk menghitung *debt to EBITDA*, Anda dapat menggunakan rumus berikut:

$$\text{Debt to EBITDA} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{EBITDA}}$$

Pada penelitian ini rasio yang digunakan untuk mengukur leverage adalah Debt to Equity Ratio (DER).

2.2.8. Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Hadi (2011, p. 206) mendefinisikan pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah

dilakukan oleh perusahaan baik yang berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan (RAFIKA ANGGARINI PUTRI DAN YULIUS JOGI CHRISTIAWAN, n.d.). Tujuan dari tanggung jawab sosial tidak hanya memenuhi hukum dan aturan yang berlaku, tetapi diharapkan dapat memberikan manfaat dan nilai guna bagi pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dengan perusahaan atau kepada masyarakat sekitar. Perusahaan juga tidak boleh lepas tangan dengan kelestarian lingkungan alam pada dasarnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan serta keluarganya sekaligus meningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas. Tanggung jawab sosial perusahaan juga merupakan respon sosial atau tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar yang dilakukan oleh perusahaan dalam berbagai bentuk kegiatan. Mengapa CSR menjadi penting bagi perusahaan karena dengan hal itu dapat membangun citra perusahaan dimata masyarakat menjadi lebih positif yang mana hal tersebut akan menjadikan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan meningkat sehingga perusahaan bisa tetap bertahan di tengah masyarakat dalam jangka waktu yang panjang. *CSR* diukur dengan menggunakan *Corporate Social Disclosure Index (CSDI). CSDI* diukur terhadap penjumalahan skor *Global Report Initiative (GRI)* dalam *Sustainability Report (SR)* yang dinilai oleh *National Center for Sustainability Reporting*

(NCSR) khususnya perusahaan yang menerima *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA).* Rangkuman tersebut merupakan tanggung jawab sosial yang disajikan dalam *Social Responsibility Report (SR)* perusahaan dengan menggunakan kriteria indikator *GRI.*

Dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dijelaskan 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 (Ali et al., 2021).

$$\mathrm{CSR} = \frac{\sum \mathrm{Xij}}{\mathrm{N}}$$

.

2.2.9. . Global Report Initiative

Menurut Fitriyani (2019) GRI adalah pelaporan, pengungkapan standar yang berindikator tanggung jawab sosial yang diemban oleh perusahaan untuk menciptakan/memberikan manfaat pelaporan kepada para stakeholder perusahaan (Ali et al., 2021). indikator yang digunakan pada penelitian ini untuk menghitung CSR adalah GRI (Global Reporting Initiatives)-G4 yang terdiri dari 91 item. Indikator GRI dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan di dunia. Untuk penerapan perhitungan GRI yaitu dengan pemberian score pada setiap item yang ada, yang mana score 1 diberikan apabila perusahaan mengungkapkan item csr sesuai dengan indikator GRI 4 dan score 0

apabila perusahaan tersebut tidak mengungkapkan item CSR dan setelah seluruh item sudah terisi maka score yang ada di total kemudian dibagi dengan jumlah keseluruhan item.

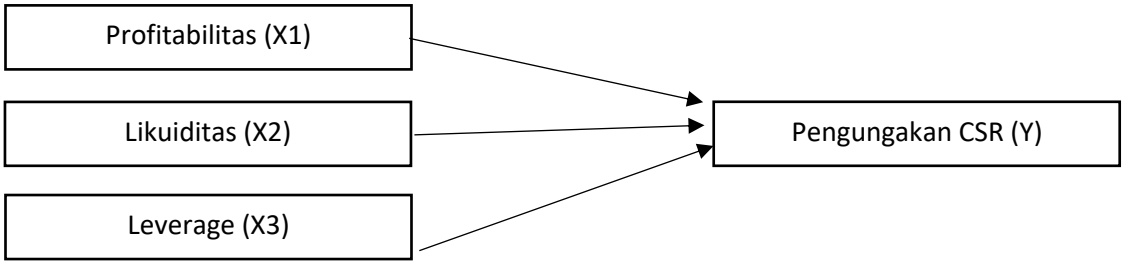
2.3 Kerangka Konseptual

Miles & Huberman, 1994 berpendapat bahwa kerangka konseptual merupakan suatu kerangka yang bisa berbentuk naratif atau grafis yang memiliki tujuan untuk menunjukkan variabel kunci atau menggambarkan suatu konstruksi dari asumsi hubungan yang ada di antara mereka untuk dipelajari dan diteliti.

Kusumayati, 2009, berpendapat bahwa kerangka konsep merupakan hubungan antara konsep-konsep yang telah dibangun berdasarkan dari hasil-hasil studi empiris yang terdahulu sebagai pedoman untuk melakukan penelitian.

Sugiyono, 2017 berpendapat bahwa kerangka konseptual secara teoritis akan menghubungkan berbagai variabel penelitian, yaitu variabel terikat atau dependen dengan variabel bebas atau independen yang akan diukur serta diamati melalui proses penelitian.

Maka dapat disimpulkan bahwa kerangka konseptual merupakan sebuah visualisasi atau gambaran atau juga berupa representasi yang tertulis dari hubungan antara variabel yang diteliti dalam penelitian.



Gambar 2.1 Kerangka konseptual

2.4 Pengaruh Antar Variabel

2.4.1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi umumnya memiliki dana yang cukup banyak untuk melakukan kegiatan aktivitas social dan lingkungan sehingga hal ini dapat mendorong manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan CSR (Sugiarto, 2016). Berdasarkan teori stakeholders, pengungkapan CSR dilakukan untuk menyeimbangkan konflik antar stakeholders. Dengan adanya pengungkapan CSR, stakeholders dapat mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan stakeholders, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya. Dalam hal ini, perusahaan dapat menyesuaikan mengenai banyak sedikitnya pengungkapan CSR berdasarkan kebutuhannya akan konflik tiap stakeholders (Putri et al., 2020).

Berdasarkan penelitian dari (Putri et al., 2020) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hackston dan Milne (dalam Anggraini, 2006:10) mentakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham.

Putri dan Christiawan (2014:64) mengatakan bahwa Perusahaan yang mampu menghasilkan profit adalah perusahaan yang memiliki manajemen

yang mengerti dan peduli terhadap lingkungan sosial. Purnasiwi (2011:13) menyatakan bahwa jika profitabilitas tinggi, maka akan memberikan kesempatan yang lebih luas kepada manajemen dalam mengungkapkan dan melakukan program tanggungjawab sosialnya. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012), yang menunjukan bahwa adanya pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Ramdhaningsih dan Utama (2013) menemukan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin tinggi pulatingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tingkat profitabilitas perusahaan yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yangsemakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, sertame lakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan secara lebih luas.

2.4.2. Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan CSR

Menurut (Tua, 2021) dalam penelitianya menyatakan Likuiditas yang tinggi menunjukkan kekuatan perusahaan dari segi kemampuan untuk memenuhi hutang lancar dari harta lancar yang dimiliki sehingga hal ini dapat meningkatkan pengungkapan corporate social responsibility perusahaan tersebut. Sehingga tingkat likuiditas dapat mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility suatu perusahaan. Likuiditas

berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR dikemukakan oleh Syahrir dan Suhendra (2010, dalam Kamil dan Herusetya, 2012).

Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi akan lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan sosial sebagai sinyal kepada perusahaan lain bahwa perusahaannya memiliki kinerja yang lebih bagus. Argumen peneliti terkait ini, dengan makin banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan karena likuiditas perusahaan yang tinggi akan menarik investor untuk berinvestasi karena atas banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan akan menunjukkan bahwa perusahaan makin kredibel.

Penelitian yang dilakukan oleh Hussainey, et. al (2011) menemukan bukti bahwa terdapat hubungan positif antara likuiditas dan pengungkapan CSR, yaitu likuiditas mendorong keputusan pelaporan CSR di Mesir yang mana itu disebabkan perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan cenderung mengungkapkan tanggungjawab sosial yang makin banyak karena lebih berani mengambil keputusan yang terkategori "costly decision" yang mana salah satunya yaitu tindakan CSR serta pengungkapannya.

2.4.3. Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan CSR

Leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR karena leverage sebagai bagian dari kinerja keuagan yang fundamental, leverage menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melakukan pengelolaan terhadap sumber dana baik yang berasal dari hutang ataupun aset yang dimiliki perusahaan (Saputra, 2016).

Hutang merupakan salah satu sumber pendanaan bagi suatu perusahaan. Semakin tinggi leverage maka pengungkapan CSR suatu perusahaan akan semaki rendah. Hal ini didasari dari besar kemungkinan perusahaan untuk melakukan pelanggaran terhadap kontrak hutang, sehingga manajer akan melaporkan laba saat ini lebih tinggi dan imbasnya adalah pengurangan dana untuk kegiatan yang mana salah satunya adalah pengurangan dana untuk pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Menurut (Tua, 2021) semakin besar rasio leverage menunjukan bahwa semakin besar biaya yang harus di tanggung oleh perusahaan untuk memenuhi kewajiban yang dimiliki perusahaan tersebut sehingga dapat menurunkan pengungkapan corporate social responsibility yang dimiliki oleh perusahaan. Namun apabila nilai rasio leverage rendah, maka akan semakin tinggi jumlah pendanaan yang disediakan oleh pemilik perusahaan. Sehingga tinggi rendahnya leverage dapat mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility suatu perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priantinah (2012) leverage berpengaruh signifikan dan negatif, karena manajemen dengan tingkat leverage yang tinggi cenderung mengurangi pengun gkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para debtholders. Selain itu, semakin tinggi tingkat leverage, maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berupaya untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi

kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian kredit. Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya, termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial.

Marzully dan Denies (2012:26) menjelaskan bahwa perusahaan dengan leverage yang tinggi membuat perusahaan perlu melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara luas. Hal ini karena perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi berusaha untuk mengurangi sorotan dari debitur sehingga perusahaan dituntuk untuk aktif melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan dengan rasio leverage yang rendah. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnasiwi (2011), yang menunjukan bahwa adanya pengaruh leverage terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara dalam penelitian. Menurut (Sugiyono, 2016) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan tinjauan teoritis dan juga penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan peneliti yaitu:

1. H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan tekstil dan garmen
2. H2: Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan tekstil dan garmen
3. H3 : leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR pada Perusahaan tekstil dan garmen