

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Stakeholder

Menurut (Putra, 2019) *stakeholder* adalah semua pihak di dalam masyarakat, baik itu individu, komunitas, atau kelompok masyarakat, yang memiliki hubungan dan kepentingan terhadap sebuah organisasi atau perusahaan dan isu atau permasalahan yang sedang diangkat. Sehingga jika kata *stakeholder* diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia memiliki arti yaitu pemangku kepentingan atau pihak yang berkepentingan. Dalam teori *stakeholder*, perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi untuk kepentingan individu dan hanya berorientasi pada keuntungan semata, namun perusahaan juga wajib memberikan manfaat bagi *stakeholder* yang terdiri atas pemegang saham, kreditor, pelanggan, masyarakat, pemasok, pemerintah, analis dan pihak lain, jadi dapat dikatakan bahwa keberadaan dan keberlangsungan suatu entitas sangat dipengaruhi oleh dukungan *stakeholder* kepada perusahaan (Ghozali & Chariri, 2007). Karena *stakeholder* dan perusahaan saling mempengaruhi berupa hubungan akuntabilitas dan responsibilitas, oleh karena itu perusahaan dituntut agar memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholder*.

Dengan demikian, perusahaan menjadi sangat perlu untuk mengubah cara pandang dan memodifikasi manajemen yang lebih baik terhadap keberadaan *stakeholder* karena semua para *stakeholder* memainkan peranan yang penting (Gago & Antolin, 2004). CSR merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memberikan informasi non keuangan berupa dampak lingkungan dan sosial

yang timbul dari aktivitas perusahaan kepada stakeholder. Semakin besar pengaruh yang dimiliki oleh *stakeholder* maka usaha perusahaan untuk beradaptasi semakin besar pula. Sedangkan jika pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan semakin berkualitas maka dukungan *stakeholder* kepada perusahaan akan semakin besar, sehingga aktivitas operasional perusahaan dalam meningkatkan kinerja dapat mencapai targetnya.

2.2 Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan sekitar (Romadhona & Wibowo, 2020). Sedangkan menurut (Rusdianto, 2013) mendefinisikan CSR adalah sebuah komitmen perusahaan atau organisasi untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi pada masyarakat secara lebih luas. Sehingga dapat dikatakan bahwa CSR merupakan wujud dari kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sosial dan masyarakat. Selain itu CSR dapat berkontribusi pada perusahaan untuk meningkatkan kualitas ekonomis karena dapat meningkatkan citra perusahaan yang akan berdampak pada operasional perusahaan.

Selain berdampak pada operasional perusahaan, masih terdapat berbagai manfaat yang di dapatkan perusahaan akibat meningkatkan brand image mereka.

Menurut (Syairozi, 2019) terdapat beberapa 9 manfaat jika perusahaan menerapkan CSR antara lain:

1. Membangun dan menjaga reputasi (*goodwill*) perusahaan
2. Meningkatkan citra perusahaan
3. Mengurangi risiko bisnis perusahaan
4. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan
5. Mempertahankan merek perusahaan
6. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas
7. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal
8. Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal kritis
9. Mempermudah pengelolaan manajemen risiko

Pengungkapan CSR merupakan pemberian informasi dan pertanggungjawaban dari perusahaan terhadap stakeholder. Hal ini juga merupakan salah satu cara mendapatkan, mempertahankan serta meningkatkan legitimasi stakeholder (Kartini, 2013). Lalu pengungkapan CSR mengartikan bahwa perusahaan melaksanakan tanggung jawab kepada masyarakat, melindungi hak-hak karyawan dan ikut serta dalam melindungi kehidupan lingkungan. Tujuan perusahaan melakukan pengungkapan CSR yaitu untuk melaporkan kegiatan CSR yang sudah dilakukan periode sebelumnya. Sehingga masyarakat, investor dan para pemangku kepentingan lainnya dapat mengetahui informasi secara detail mengenai distribusi dana yang di glontorkan untuk CSR.

Standar pengungkapan CSR dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk laporan keberlanjutan dengan mengadopsi *Global Reporting Initiative* (GRI). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah organisasi nirlaba yang mempromosikan pelestarian lingkungan, didirikan di New York pada tahun 1997 namun pada saat ini berpusat di Amsterdam (Syairozi, 2019). Menurut (Indriyani & Yuliandhari, 2020) GRI merupakan organisasi non pemerintah yang memiliki tujuan untuk mendukung pelaporan atas kegiatan sosial, lingkungan dan tata Kelola. Pengungkapan CSR dalam penelitian ini menggunakan standar GRI G4 yang terdiri dari 91 indikator.

2.3 Profitabilitas

Menurut (Kasmir, 2014) definisi rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan dalam mencari keuntungan. Perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal dapat ditunjukkan dengan rasio profitabilitas, dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Lalu profitabilitas juga termasuk salah satu faktor yang mendorong manajemen dalam melakukan pengungkapan CSR secara fleksible kepada publik (Indriyani & Yuliandhari, 2020). Sehingga tingkat efektivitas manajemen secara menyeluruh dan tidak langsung dapat ditunjukkan dengan melakukan pengukuran profitabilitas perusahaan. Para pemegang kepentingan seperti investor, pemerintah, dan masyarakat akan sangat berkepentingan dalam analisis ini.

Menurut (Prihadi, 2019) rasio profitabilitas dapat dibagi dalam tiga kelompok, yaitu:

- 1) *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio untuk menilai seberapa besar kontribusi asset dalam mendapatkan laba bersih. Semakin besar rasio ini maka akan terlihat efisiensi perusahaan sangat baik dalam mengelola assetnya untuk menciptakan laba bersih. Begitu pula sebaliknya akan semakin tidak efisien jika rasio ini semakin besar karena laba yang dihasilkan tidak sesuai maksimal dengan asset yang telah dimiliki perusahaan. Rasio ini dapat diukur dengan rumus:

$$Roa = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

- 2) *Return On Equity* (ROE) rasio ini menunjukkan seberapa besar peran ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Semakin tinggi rasio ROE maka akan semakin baik karena, modal yang dikeluarkan perusahaan akan semakin efisien untuk memperoleh target profit yang diharapkan. Rasio ini dapat diukur dengan rumus:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

- 3) *Gross Profit Margin* (GPM) merupakan rasio untuk mengukur besarnya presentase laba kotor atas penjualan bersih. Nilai GPM yang tinggi mengartikan bahwa perusahaan relatif mencapai tingkat efisiensi yang tinggi dalam mengelola industri. Rasio ini dapat diukur dengan rumus:

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

- 4) *Operating Profit Margin* (OPM) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba operasional atas penjualan laba bersih. Semakin rendah rasio ini menandakan perusahaan tidak efisien dalam menghasilkan laba kotornya dibandingkan dengan total penjualan yang sudah dilakukan.

$$OPM = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

- 5) *Net Profit Margin* (NPM) merupakan rasio untuk mengukur besarnya presentase laba bersih terhadap penjualan bersih. Semakin tinggi NPM maka perusahaan dapat dikatakan semakin efektif dalam menjalankan operasinya, karena laba yang dihasilkan perusahaan lebih besar dibandingkan dengan penjualan bersihnya. Rumus ini dapat diukur dengan rumus:

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

Dalam penelitian yang dilakukan ini maka indikator profitabilitas yang digunakan adalah ROA, dengan alasan bahwa asset adalah akun yang paling stabil dan fokus pada kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba (Apriyani & Yuliandhari, 2018).

2.4 Leverage

Salah satu rasio keuangan yang cukup populer adalah leverage. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Harahap, 2011), rasio leverage menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya atau kewajiban-kewajiban apabila perusahaan dilikuidasi. Keputusan pendanaan asset perusahaan yang berkaitan dengan pembiayaan dengan hutang atau modal sendiri dapat di ukur dengan rasio ini. Selain itu rasio ini juga menunjukkan seberapa besar perusahaan dibiayai oleh kreditor atau pihak luar. Menurut (Tarjo, 2008) berpendapat bahwa rasio leverage menggambarkan sumber dana operasi yang digunakan oleh perusahaan. Terdapat juga beberapa rasio leverage yang akan dijelaskan seperti di bawah ini:

1) *Total Debt to Equity Ratio*

Salah satu cara untuk melihat perbandingan hutang dengan ekuitas untuk menunjukkan kemampuan modal perusahaan dalam memenuhi kewajibanya.

Rasio ini dihitung dengan rumus:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

2) *Total Debt to Asset Ratio*

Merupakan perbandingan seluruh hutang atau kewajiban berupa hutang lancar dan jangka panjang dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Rasio ini menunjukkan porsi keseluruhan aset perusahaan yang di danai oleh hutang. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Debt to Total Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

2.5 Likuiditas

Instrumen keuangan yang cukup penting untuk dianalisis yaitu likuiditas. Salah satu alasan mengapa likuiditas penting untuk dianalisis, yaitu rasio ini untuk menilai tingkat keberhasilan perusahaan dengan melihat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban lancarnya. Menurut (Mardiyanto, 2008) likuiditas mengukur kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban (utang) jangka pendek tepat pada waktunya, termasuk melunasi bagian utang jangka panjang yang jatuh tempo pada tahun bersangkutan. Suatu kondisi dimana perusahaan dikatakan likuid yaitu jika dapat melunasi kewajiban jangka panjang dan pendek saat jatuh tempo pada tahun yang bersangkutan. Sedangkan jika perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya dapat digolongkan perusahaan yang tidak likuid.

Salah satu cara untuk mengukur likuiditas dapat menggunakan rasio likuiditas. Rasio ini dapat memberikan gambaran mengenai kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya, cara menggunakan rasio ini yaitu dengan menghitung melalui sumber modal kerja berupa pos-pos aset lancar dan kewajiban

lancar. Menurut (Harahap, 2010) terdapat 3 jenis rasio untuk mengukur likuiditas perusahaan yaitu rasio lancar, rasio cepat, dan rasio kas. Berikut ini merupakan cara untuk mengukur rasio tersebut:

1) Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban lancar hanya dengan aset lancarnya saja. Likuiditas perusahaan akan semakin baik jika jumlah aset lancar perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan hutang lancarnya. Artinya perusahaan dapat langsung melunasi kewajiban jangka pendeknya dengan hanya menggunakan aset lancarnya saja. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

(Mardiyanto, 2009, p. 55)

2) Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Merupakan salah satu rasio yang dapat menunjukkan kemampuan aset lancar yang paling likuid mampu menutup kewajiban lancar. Jika rasio ini semakin besar maka kondisi likuiditas perusahaan akan semakin baik. Alasan mengapa rasio ini lebih likuid yaitu perusahaan dalam memenuhi kewajiban lancarnya tidak memperhitungkan persediaan, karena persediaan akan membutuhkan waktu untuk segera dijadikan kas atau setara kas. Jika kita menemui ratio current ratio tinggi namun quick ratio rendah maka menunjukkan terdapat

jumlah investasi yang besar dalam bentuk persediaan. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus seperti di bawah ini:

$$\text{Rasio Kas} = \frac{(\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan})}{\text{Utang Lancar}}$$

(Mardiyanto, 2009, p. 56)

3) Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Merupakan rasio likuiditas yang paling likuid, karena hanya berisi komponen kas dan surat berharga jangka pendek. Komponen tersebut merupakan instrument yang paling cepat untuk di jadikan kas dalam memenuhi kewajiban jangka pendek perusahaan. Jadi rasio likuiditas hanya menggunakan aktiva lancar yang pasti dapat dicairkan menjadi kas. Rasio ini dapat diukur dengan menggunakan rumus ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Rasio Kas} = \frac{(\text{Kas} + \text{Surat Berharga jangka pendek})}{\text{Utang Lancar}}$$

(Mardiyanto, 2009, p. 56)

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, leverage, dan likuiditas terhadap pengungkapan CSR juga telah dilakukan dengan oleh beberapa peneliti sebelumnya (Romadhona & Wibowo, 2020) mereka meneliti mengenai pengaruh ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, likuiditas, dan kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-

2018. Kesimpulan penelitian yang dilakukan oleh (Romadhona & Wibowo, 2020) bahwa variable leverage, profitabilitas dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hanya variable ukuran perusahaan yang berpengaruh positif sedangkan, variabel kepemilikan institusional berpengaruh negative terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh (Indriyani & Yuliandhari, 2020) mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan indeks LQ 45 Non-Keuangan yang terdaftar di BEI periode 2015-2018 menyimpulkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Lalu secara parsial profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan umur perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Artinya semakin besar profitabilitas perusahaan maka pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan akan semakin luas.

Penelitian (Pratiwi & Ismawati, 2019) mengenai analisis pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2012-2014 menyimpulkan bahwa tipe industry, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan variabel leverage berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap CSR perusahaan manufaktur. Sehingga jika rasio leverage perusahaan tinggi maka perusahaan memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas.

Penelitian (Juliantri & Indraswarawati, 2020) tentang pengaruh profitabilitas, kepemilikan manajemen, media exposure pada pengungkapan CSR menghasilkan kesimpulan berupa hanya variabel profitabilitas yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Selanjutnya variabel media exposure tidak berpengaruh terhadap CSR, oleh sebab itu penggunaan media website dalam hal pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hanya sedikit perusahaan yang melakukan ini karena banyaknya media memudahkan penerbitan kegiatan CSR. Kemudian variabel kepemilikan manajemen tidak memberi pengaruh CSR sehingga, hasil ini menjelaskan bahwa kepemilikan manajemen Perusahaan tidak mendorong untuk melakukan pengungkapan CSR.

Penelitian (Anawati & Widiasmara, 2019) yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR menemukan bahwa variabel kinerja lingkungan, ukuran perusahaan, dan solvabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Variabel kinerja lingkungan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan variabel solvabilitas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, yang berarti bahwa tinggi rendahnya solvabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan csr.

Tabel 2.6

Hasil Penelitian Terdahulu

| Peneliti | Variabel | Objek | Hasil |
|----------|----------|-------|-------|
|----------|----------|-------|-------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| <p>(Indriyani & Yuliandhari, 2020)</p> | <p>Independen: X_1= Profitabilitas X_2= Ukuran Perusahaan X_3= Umur Perusahaan</p> <p>Dependen: Y = Pengungkapan Corporate Social Responsibility</p> | <p>Perusahaan Indeks LQ 45 Non-Keuangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018</p> | <p>Secara parsial, profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> |
| <p>(Romadhona & Wibowo, 2020)</p> | <p>Independen: X_1=Ukuran Perusahaan X_2=Leverage X_3=Profitabilitas X_4=Likuiditas X_5=Kepemilikan Institusional</p> <p>Dependen: Y =Pengungkapan CSR</p> | <p>Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018</p> | <p>Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positive terhadap pengungkapan CSR</p> <p>Variabel kepemilikan institusional berpengaruh negative terhadap pengungkapan CSR</p> <p>Variabel leverage, profitabilitas dan likuiditas tidak</p> |

| | | | |
|----------------------------|--|--|---|
| | | | berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. |
| (Pratiwi & Ismawati, 2019) | <p>Independen:</p> <p>X_1=Tipe Industri</p> <p>X_2=Ukuran Perusahaan</p> <p>X_3=Profitabilitas</p> <p>X_4=Leverage</p> <p>Dependen:</p> <p>Y =CSR</p> | <p>Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014</p> | <p>Variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas dalam penelitian ini menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR perusahaan manufaktur.</p> <p>Variabel tipe leverage dalam penelitian ini menunjukkan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap CSR perusahaan manufaktur.</p> <p>Variabel tipe industri menunjukkan bahwa tidak berpengaruh</p> |

| | | | |
|------------------------------------|--|--|---|
| | | | signifikan terhadap CSR |
| (Juliantri & Indraswarawati, 2020) | <p>Independen:</p> <p>X_1=Profitabilitas</p> <p>X_2=Kepemilikan Manajemen</p> <p>X_3=Media Exposure</p> <p>Dependen:</p> <p>Y =CSR</p> | <p>Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia 2015-2017</p> | <p>Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR</p> <p>Kepemilikan Manajeen dan Media <i>Exposure</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR</p> |
| (Anawati & Widiasmar, 2019) | <p>X_1=Kinerja Lingkungan</p> <p>X_2=Ukuran Perusahaan</p> <p>X_3=Solvabilitas</p> <p>Dependen:</p> <p>Y =CSR</p> | <p>Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017</p> | <p>Kinerja Lingkungan dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR</p> <p>Solvabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR</p> |

Sumber: Penelitian-penelitian terdahulu.

2.7 Perumusan Hipotesis

2.7.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Profitabilitas dapat diartikan sebagai salah satu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Menurut (Darwis, 2009) profitabilitas perusahaan merupakan salah satu faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksible untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Selain itu profitabilitas dapat menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu.

Profitabilitas yang tinggi dalam suatu perusahaan akan mendorong keleluasaan manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan CSR. Sedangkan perusahaan dengan rasio profitabilitas rendah maka akan sangat memperhitungkan untuk melakukan pengungkapan CSR, dikarenakan khawatir dapat mengganggu kondisi finansial dan operasional perusahaan. hal tersebut berkaitan dengan teori *stakeholder* yang dikemukakan oleh (Ghozali & Chariri, 2007) yang menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, namun perusahaan wajib memberikan manfaat bagi stakeholder yang terdiri atas pemegang saham, kreditor, pelanggan, masyarakat, pemasok, pemerintah, analis dan pihak lain. Dengan kesimpulan diatas maka dapat diduga bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Indriyani & Yuliandhari, 2020 menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, kemudian penelitian yang dilakukan Pratiwi & Ismawati, 2019 dan Juliantri & Indraswarawati, 2020 menunjukkan hasil yang sama yaitu berpengaruh

positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

2.7.2 Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Luas *Corporate Social Responsibility*

Leverage merupakan rasio yang menggambarkan kaitan antara hutang dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan, dengan rasio ini perusahaan dapat melihat seberapa jauh aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang atau pihak luar. Tingkat resiko keuangan perusahaan dapat dicerminkan melalui rasio leverage. Jika rasio leverage perusahaan semakin tinggi maka, semakin besar kemungkinan perusahaan tidak memenuhi perjanjian kredit.

Menurut (Utama, 2007), bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para stakeholder yang terkait dan atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Kemudian menurut (Ulum, Ghozali, & Chariri, 2008) stakeholder lebih mempertimbangkan posisi para stakeholder yang dianggap *powerfull*. Kelompok stakeholder inilah yang menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan dalam mengungkapkan atau tidaknya suatu informasi di dalam laporan keuangan. Teori *stakeholder* memberikan gambaran bahwa jika leverage perusahaan semakin tinggi maka tanggung jawab perusahaan ke kreditur akan semakin besar sehingga memaksa perusahaan untuk menggunakan sumber daya yang tersedia untuk melunasi hutang terlebih dahulu dari pada untuk

melakukan pengungkapan lingkungan yang akan menghasilkan biaya yang lebih besar perusahaan.

Dengan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa jika leverage perusahaan rendah maka aktivitas sosial yang dapat dilakukan perusahaan semakin beragam, akibatnya maka item CSR yang diungkapkan oleh perusahaan menjadi semakin luas. Sehingga leverage dalam penelitian ini diduga memiliki pengaruh negatif. Penelitian yang dilakukan oleh (Yassmien & Muslih, 2020) dan (Karlina, Mulyati, & Putri, 2019) menyatakan bahwa leverage memiliki pengaruh ke arah negatif. Berdasarkan penjelasan rumusan di atas maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H2: Leverage berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.7.3 Pengaruh Likuiditas Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Likuiditas merupakan salah satu rasio yang digunakan perusahaan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek dan mendanai kegiatan operasional perusahaan. Semakin kuat kondisi keuangan di suatu perusahaan, maka perusahaan akan semakin luas dalam menyampaikan informasinya (Laksmitaningrum & Purwanto, 2013). Oleh sebab itu likuiditas berfungsi untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajibannya yang sudah jatuh tempo, baik kewajiban eksternal maupun internal perusahaan.

Selain itu menurut (Kurniawan, Ade, Puji Astuti, & Harimurti, 2018) mengatakan bahwa tingkat likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan

CSR perusahaan, semakin tinggi tingkat likuiditas maka alokasi dana pada kegiatan CSR juga akan lebih tinggi daripada perusahaan dengan tingkat likuiditas yang lebih rendah, oleh sebab itu maka tingkat pengungkapan CSR juga akan meningkat. Penjelasan di atas mendukung teori stakeholder dimana dengan adanya pengungkapan CSR, stakeholder dapat mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan perannya sesuai dengan keinginan stakeholder, artinya perusahaan memperhatikan hak stakeholder untuk mengetahui informasi perusahaan (Utami, Maslichah, & Mawardi, 2019). Penelitian ini sejalan dengan (Sari & Priyadi, 2019) dan (Utami, Maslichah, & Mawardi, 2019). Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

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

Kerangka Pemikiran

Gambar 2.2

