

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori Legitimasi berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menjadi landasan bagi perusahaan untuk memperhatikan apa yang menjadi harapan masyarakat dan mampu menyelaraskan dengan norma sosial yang berlaku dimana perusahaan melangsungkan kegiatan bisnisnya. Menurut Sari (2013:12) dalam Rofiqkoh dan Priyadi (2016:5), suatu perusahaan dapat beroperasi dengan ijin masyarakat, dimana ijin dapat ditarik apabila masyarakat menilai jika perusahaan tidak melakukan hal – hal yang diwajibkan kepadanya. Perusahaan dapat mengungkapkan informasi yang berhubungan dengan organisasi sosial, komunitas masyarakat, dan lingkungan yang diperlukan. Informasi tersebut dapat diungkapkan dalam *Sustainability Report* sebagai akuntabilitas terhadap publik yang bertujuan untuk mendapat legitimasi masyarakat dan menjelaskan bagaimana dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan. Rofiqkoh dan Priyadi (2016:5) mengatakan dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri.

Menurut Wibowo (2014) dalam Rofiqkoh dan Priyadi (2016:5) bahwa teori Legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan masyarakat bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat tersebut. Perusahaan menggunakan laporan keberlanjutan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab sosial, sehingga diterima masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan pula.

2.1.2 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Kewajiban perseroan dalam melaksanakan program CSR oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas secara implisit ditujukan untuk perusahaan pertambangan sebagai perseroan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam, sebagaimana tercantum dalam Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Barubara, yang mana Peraturan Pemerintah ini merupakan aturan pelaksana dari UU Nomor 4 tentang Minerba. PP ini menjelaskan lebih lanjut mengenai pengembangan dan pemberdayaan masyarakat yang telah disinggung oleh UU Minerba. Penyusunan program dan rencana pengembangan dan pemberdayaan masyarakat dikonsultasikan kepada pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat. Masyarakat yang dimaksud adalah masyarakat yang berdomisili di sekitar operasi pertambangan.

Pemegang Izin Usaha Pertambangan (IUP) adalah badan usaha, koperasi, dan perseorangan, sedangkan Pemegang Izin Usaha Pertambangan Khusus (IUPK) dapat diberikan dengan memperhatikan kepentingan daerah kepada badan usaha yang berbadan hukum Indonesia, baik berupa Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), maupun Badan Usaha Swasta. Meskipun istilah CSR yang digunakan beda dengan yang ada di UU PT, namun pada intinya dalam UU Nomor 4/2009 ditujukan untuk kepentingan masyarakat. Hal ini sebagaimana definisi pemberdayaan masyarakat berdasarkan UU Nomor 4/2009, yaitu adalah usaha untuk meningkatkan kemampuan masyarakat, baik secara individual maupun kolektif, agar menjadi lebih baik tingkat kehidupannya.

Pemegang IUP dan IUPK harus menyusun program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat disekitar Wilayah Izin Usaha Pertambangan (WIUP) dan Wilayah Izin Usaha Pertambangan Khusus (WIUPK). Selanjutnya, program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat harus dikonsultasikan dengan pemerintah, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten/kota, dan masyarakat

setempat. CSR yang harus dilakukan perusahaan pertambangan ini diprioritaskan untuk masyarakat di sekitar WIUP dan WIUPK yang terkena dampak langsung akibat aktivitas pertambangan.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan. Septiana (2014:13) dalam Rofiqkoh (2016:6) mengemukakan bahwa tanggungjawab sosial adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan atas aktifitas yang telah dilakukan dengan turut serta memberi kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Perusahaan juga dituntut untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel, serta tata kelola perusahaan yang bagus untuk memberikan informasi mengenai aktifitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan dapat terpenuhi. Contoh bentuk tanggung jawab sosial perusahaan itu bermacam-macam seperti melakukan kegiatan yang dapat mensejahterakan masyarakat dan memperbaiki lingkungan, pemberian beasiswa, pemberian dana pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat, khususnya masyarakat yang berada disekitar perusahaan tersebut.

2.1.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan informasi yang telah dikeluarkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan bertujuan agar suatu perusahaan dapat memberikan tanggung jawab sosialnya yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam waktu periode tertentu terhadap masyarakat sekitar. Dalam interpretasi yang lebih luas, pengungkapan terkait informasi baik yang terdapat dalam laporan keuangan maupun komunikasi tambahan, informasi tentang kejadian setelah tanggal laporan, analisis manajemen atas operasi perusahaan dimasa yang akan datang, perkiraan keuangan operasi serta informasi lainnya. Deegan (2002) dalam Rofiqkoh (2016:6) menyatakan beberapa alasan perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan, antara lain sebagai berikut.

- 1) Keinginan untuk memenuhi persyaratan yang ada dalam Undang-Undang.
- 2) Pertimbangan rasionalitas ekonomi. Atas dasar alasan ini, praktik pengungkapan tanggung jawab sosial memberikan keuntungan bisnis karena perusahaan melakukan yang hal yang benar dan alasan ini dapat dipandang sebagai motivasi utama.
- 3) Keyakinan dalam proses akuntabilitas atau pertanggungjawaban untuk melaporkan laporan keuangan.
- 4) Sebagai sarana untuk melakukan kegiatan peminjaman dana atau modal.
- 5) Memenuhi atau menyesuaikan dengan ekspektasi masyarakat atau *stakeholder*.
- 6) Untuk menarik dana investasi.
- 7) Untuk mematuhi persyaratan industri tertentu, yang mana terdapat tekanan tertentu untuk mematuhi aturan tersebut yang dapat mempengaruhi persyaratan pelaporan.
- 8) Untuk me-*manage* kelompok *stakeholder* yang *powerful*.
- 9) Untuk memengkan penghargaan pelaporan tertentu.

Pengungkapan CSR di Indonesia sendiri telah mengacu pada berbagai standar pengungkapan yang digunakan di negara-negara lain di seluruh dunia. Salah satunya standar pengungkapan dari *Global Reporting Initiative (GRI)*. Pada Tahun 2015, GRI membentuk *Global Reporting Initiative Sustainability Standard Board (GRI GSSB)* yang secara spesifik bertugas menangani pengembangan standar laporan keberlanjutan. GRI Standar mulai berlaku pada tanggal 1 Juli 2018. Standar yang mengacu pada *Global Reporting Index* membagi indikator kinerja menjadi 3 komponen utama yaitu ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial yang menyangkut hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, dan lingkungan kerja, serta tanggung jawab produk dan masyarakat. Berikut indikator GRI Standar Tahun 2016.

Tabel 2.1 Indikator GRI Standar 2016

GRI 201: Performa Ekonomi	201-1	Nilai ekonomi langsung dihasilkan dan didistribusikan
	201-2	Implikasi keuangan dan risiko serta peluang lain karena perubahan iklim
	201-3	Kewajiban program imbalan pasti dan program pensiun lainnya
	201-4	Bantuan keuangan yang diterima dari pemerintah
GRI 202: Kehadiran Pasar	202-1	Rasio upah standar untuk pemula menurut gender dibandingkan dengan lokal upah minimum
	202-2	Proporsi manajemen senior yang direkrut dari komunitas lokal
GRI 203: Dampak Ekonomi Tidak Langsung	203-1	Investasi infrastruktur dan layanan didukung
	203-2	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan
GRI 204: Praktik Pengadaan	204-1	Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal
GRI 205: Anti-Korupsi	205-1	Operasi- operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi

	205-2	Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	205-3	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
GRI 206: Anti-persaingan Tingkah laku	206-1	Tindakan hukum untuk perilaku anti-persaingan, anti-trust, dan praktek monopoli
GRI 301: Material	301-1	Bahan yang digunakan menurut berat atau volume
	301-2	Bahan input daur ulang yang digunakan
	301-3	Produk reklamasi dan bahan kemasannya
GRI 302: Energi	302-1	Konsumsi energi dalam organisasi
	302-2	Konsumsi energi di luar organisasi
	302-3	Intensitas energi
	302-4	Pengurangan konsumsi energi
	302-5	Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa
GRI 303: Air	303-1	Pengambilan air berdasarkan sumber
	303-2	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	303-3	Daur ulang dan penggunaan air kembali
GRI 304: Keanekaragaman Hayati	304-1	Lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola, atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
	304-2	Dampak signifikan dari kegiatan, produk, dan jasa pada keanekaragaman hayati
	304-3	Habitata yang dilindungi atau direstorasi
	304-4	Spesies daftar merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi
GRI 305: Emisi	305-1	Emisi GRK (Cakupan 1) langsung

	305-2	Emisi energi GRK (Cakupan 2) tidak langsung
	305-3	Emisi GRK (Cakupan 3) tidak langsung lainnya
	305-4	Intensitas emisi GRK
	305-5	Pengurangan emisi GRK
	305-6	Emisi zat perusak ozon (ODS)
	305-7	Nitrogen oksida (NOx), sulfur oksida (SOx), dan emisi udara yang signifikan lainnya
GRI 306: Air Limbah (efluen) dan Limbah	306-1	Pelepasan air berdasarkan kualitas dan tujuan
	306-2	Limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	306-3	Tumpahan yang signifikan
	306-4	Pengangkutan limbah berbahaya
	306-5	Bahan air yang dipengaruhi oleh pelepasan dan/atau limpahan air
GRI 307: Kepatuhan Lingkungan	307-1	Ketidakpatuhan terhadap hukum dan peraturan lingkungan
GRI 308: Penilaian lingkungan pemasok	308-1	Pemasok baru yang disaring menggunakan kriteria lingkungan
	308-2	Dampak lingkungan negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
GRI 401: Pekerjaan	401-1	Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan
	401-2	Manfaat yang diberikan kepada karyawan tetap yang tidak disediakan kepada karyawan sementara atau paruh waktu
	401-3	Cuti orang tua
GRI 402: Tenaga Kerja/ Manajemen Hubungan	402-1	Periode pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional

GRI 403: Pekerjaan Kesehatan dan keselamatan	403-1	Representasi pekerja dalam manajemen gabungan formal-pekerja komite kesehatan dan keselamatan
	403-2	Jenis cedera dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian terkait pekerjaan
	403-3	Pekerja dengan insidensi tinggi atau risiko penyakit tinggi terkait dengan pekerjaan mereka
	403-4	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
GRI 404: Pelatihan dan Pendidikan	404-1	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan
	404-2	Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan
	404-3	Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier
GRI 405: Keanekaragaman dan Kesempatan Setara	405-1	Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan
	405-2	Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibandingkan laki-laki
GRI 406: Non-diskriminasi	406-1	Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang dilakukan
GRI 407: Kebebasan Asosiasi dan Perundingan bersama	407-1	Operasi dan pemasok di mana hak atas kebebasan asosiasi dan perundingan bersama mungkin berisiko
GRI 408: Pekerja Anak	408-1	Operasi dan pemasok memiliki risiko insiden yang signifikan pekerja anak
GRI 409: Dipaksa atau Kerja Wajib	409-1	Operasi dan pemasok memiliki risiko insiden yang signifikan kerja paksa atau wajib

GRI 410: Praktik Keamanan	410-1	Personel keamanan yang terlatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
GRI 411: Hak Rakyat Pribumi	411-1	Insiden pelanggaran yang melibatkan hak masyarakat adat
GRI 412: Penilaian Hak asasi Manusia	412-1	Operasi yang telah ditinjau hak asasi manusia atau penilaian dampak
	412-2	Pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
	412-3	Perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan itu termasuk klausul hak asasi manusia atau yang dijalani manusia penyaringan hak
GRI 413: Masyarakat sekitar	413-1	Operasi dengan keterlibatan komunitas lokal, berdampak penilaian, dan program pengembangan
	413-2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan di komunitas lokal
GRI 414: Penilaian Pemasok Sosial	414-1	Pemasok baru yang disaring menggunakan kriteria sosial
	414-2	Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
GRI 415: Kebijakan Publik	415-1	Kontribusi politik
GRI 416: Kesehatan Pelanggan dan Keamanan	416-1	Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan produk dan kategori layanan
	416-2	Insiden ketidakpatuhan terkait kesehatan dan keselamatan dampak produk dan layanan
GRI 417: Pemasaran dan Pelabelan	417-1	Persyaratan untuk informasi dan pelabelan produk dan layanan
	417-2	Insiden ketidakpatuhan terkait produk dan layanan informasi dan pelabelan
	417-3	Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran

GRI 418: Privasi Pelanggan	418-1	Keluhan mendasar tentang pelanggaran pelanggan privasi dan hilangnya data pelanggan
GRI 419: Sosial ekonomi Pemenuhan	419-1	Ketidakpatuhan terhadap hukum dan peraturan di bidang sosial dan bidang ekonomi

Sumber: global reporting.org

2.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dalam menentukan kegiatan CSR, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya. Menurut Jalal dari Lingkaran Studi CSR/A Indonesia dalam Harian Ekonomi Neraca (Oktober 2017), faktor tersebut secara umum dibedakan menjadi faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal terutama berkaitan dengan kritik organisasi masyarakat sipil terhadap kinerja sosial dan lingkungan perusahaan. Faktor internal, misalnya, kepemimpinan puncak manajemen perusahaan yang melihat CSR merupakan sumber peluang memperoleh keunggulan kompetitif. Banyak pengamat berpendapat bahwa faktor internal sebagai pendorong CSR semakin kuat berperan di masa depan.

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Dimana ukuran perusahaan adalah suatu skala atau nilai untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan indikator tertentu, antara lain total aktiva, *log size*, nilai saham, jumlah tenaga kerja, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang *Corporate Social Responsibility* tersebut.

Ukuran perusahaan adalah tingkat identifikasi kecil atau besarnya perusahaan. Ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan jumlah tenaga kerja, kapitalisasi pasar, total penjualan, total nilai aktiva, dan sebagainya. Semakin besar kapitalisasi pasar menandakan semakin perusahaan diketahui oleh masyarakat, semakin besar penjualan menandakan perputaran uang semakin banyak, dan semakin besar aktiva menandakan modal yang ditanam di perusahaan semakin banyak. Dalam penelitian inital asset digunakan sebagai proksi ukuran perusahaan. pemilihan total asset dikarenakan total asset lebih stabil daripada ukuran lain untuk menilai ukuran suatu perusahaan (Sudarmadji dan Sularto, 2007 dalam Prasetya dan Gayatri, 2016:522).

2.1.6 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan dengan lebih luas. Profitabilitas mampu mempengaruhi nilai perusahaan. profitabilitas akan menunjukkan perimbangan pendapatan dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada berbagai tingkat operasi, sehingga rasio ini akan mencerminkan efektifitas dan keberhasilan manajemen secara keseluruhan.

Profitabilitas dapat diterapkan dengan menghitung berbagai tolak ukur yang relevan. Salah satu tolak ukurnya adalah dengan menggunakan rasio keuangan sebagai salah satu alat di dalam menganalisis kondisi keuangan laba operasi dan tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Profitabilitas suatu perusahaan diukur dari kemampuan perusahaan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat diperoleh dengan membandingkan laba yang diperoleh dalam suatu

perusahaan dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan. Laba perusahaan bukan hanya merupakan indikator kemampuan perusahaan, tetapi juga merupakan elemen pencipta nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Rasio profitabilitas sangat diperlukan oleh pihak investor, kreditur, dan manajemen. Bagi para investor, informasi rasio profitabilitas digunakan untuk menilai jumlah laba investasi yang akan diperoleh investor. Bagi pihak kreditur (Bank), digunakan untuk mengetahui besaran laba perusahaan untuk menilai kemampuan perusahaan membayar utang kepada kreditur berdasarkan tingkat efisiensi pemakaian asset dan sumber daya lainnya. Sedangkan bagi pihak manajemen, informasi rasio profitabilitas digunakan untuk melihat tingkat efektivitas dan efisiensi laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan.

2.1.7 Leverage (Solvabilitas)

Leverage adalah kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan utang. Menurut Van Horne (1997) dalam Utama (2018:22) *Financial Leverage* merupakan penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap, dengan harapan akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetap, sehingga keuntungan pemegang saham bertambah. *Leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. *Lverage* yang merupakan rasio utang atau sering dikenal dengan nama rasio *solvabilitas* adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi (Sutama dan Lisa, 2018:22).

Rasio *leverage* mengukur dua hal, yaitu hutang perusahaan yang digunakan untuk membiayai investasi dan kemampuan untuk membayar hutang jangka Panjang. Menurut Darmawan (2018:113), rasio solvabilitas (*leverage*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar hutang yang digunakan dalam pembelanjaan. Rasio *leverage* yang terlalu tinggi menyebabkan perusahaan memiliki tingkat hutang yang tinggi yang bisa membebani perusahaan pada saat jatuh tempo, sehingga penting bagi perusahaan untuk memperhatikan tingkat *leverage* agar perusahaan bisa membayar kewajibannya. Apabila perusahaan tidak membayar kewajibannya, maka aktivitas operasional perusahaan akan terganggu dan akan menyebabkan berkurangnya pendapatan.

2.1.8 Likuiditas

Likuiditas adalah suatu kondisi yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendanai operasional perusahaan dan melunasi hutang jangka pendeknya ketika sudah jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang masih tersedia. Rasio ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai ketersediaan dana perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Menurut Arthana (2009) dalam Kurnia (2017:559), perusahaan yang secara keuangan sehat, kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi CSR dibandingkan dengan perusahaan yang likuiditasnya rendah.

Menurut Sudana (2011:21) dalam Pratiwi (2018:2), rasio likuiditas (*liquidity ratio*) yaitu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek. Menurut Pratiwi (2018) beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan likuiditas (*liquidity*) perusahaan, yaitu:

- 1) Besarnya investasi pada aktiva tetap dibandingkan dengan seluruh dana jangka panjang.
- 2) Volume kegiatan perusahaan.
- 3) Pengendalian aktiva lancar.

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Pradnyani dan Sisdyani (2015:395), tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Dewan Komisaris pada Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap CSR sedangkan ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR.

Penelitian Putri (2017:568), tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, *Likuiditas*, dan Basis Kepemilikan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014. Hasilnya mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan basis kepemilikan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian Respati dan Hadiprajitno (2015:9), tentang Analisis Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa profitabilitas, dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan, tipe industri dan pengungkapan media berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Ruroh dan Latifah (2018:51-52), tentang Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan *Risk Minimization* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2015-2016. Hasil penelitian menyatakan bahwa profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *risk minimation* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian Prasetya dan Gayatri (2016:533-535), tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan, terhadap Manajemen Laba dengan Pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility (CSR) sebagai Variabel Intervening. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa: (1) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, (2) ukuran perusahaan berpengaruh negatif pada manajemen laba, (3) ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh negatif pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Purba dan Yadnya (2015:2440-2441), tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. Hasilnya menunjukkan bahwa: (1) ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas, (2) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *leverage* dan CSR, (3) *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian Rofiqkoh dan Priyadi (2016:15-16), tentang Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian Utama dan Lisa (2018:21) tentang Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Studi pada perusahaan Sektor Food dan Beverages di BEI tahun 2012-2016. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa secara parsial dan simultan, *Leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Putranto dan Darmawan (2018:21) tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Nilai Pasar terhadap Harga Saham pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI 2010-2016. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai pasar tidak memiliki dampak terhadap harga saham. Ukuran perusahaan memiliki dampak positif terhadap harga saham. Profitabilitas memiliki

dampak positif terhadap harga saham. *Leverage* memiliki dampak negatif terhadap harga saham.

Penelitian Pratiwi (2018:6) tentang Pengaruh Likuiditas, dan *Leverage* terhadap Profitabilitas pada perusahaan Sub Sektor Pertambangan terdaftar di BEI. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa Likuiditas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap profitabilitas, *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas

Berbagai penelitian terdahuluyang menguji tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan keberagaman hasil. Ringkasan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Sampel	Metode Analisis	Hasil
1	I Gusti Agung Arista Pradnyani & Eka Ardhani Sisdyani (2015). E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana11.2 (2015) Hal 384-397.	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Dewan Komisaris pada Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan.	Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , dan ukuran dewan komisaris.	60 perusahaan	Metode <i>purposive sampling</i> .	Profitabilitas dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap CSR. Ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap CSR.
2	Rindu Kurnia Putri. JOM Fekon Vol. 4 No. 1 (Februari) 2017	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas, dan Basis Kepemilikan terhadap CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI 2012-2014.	Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , likuiditas, dan basis kepemilikan.	25 perusahaan.	Metode <i>purposive sampling</i> .	Ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, <i>leverage</i> , dan basis kepemilikan berpengaruh terhadap CSR.

3	Rheza Dwi PRespati, Paulus Basuki Hadiprajitno. Diponegoro Journal of Accounting Vol.4 No.4 Hal. 1-11 (2015)	Analisis Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Tipe Industry, dan Penungkapan Mediat terhadap Pengungkapan CSR.	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , ukuran perusahaan, tipe industry, dan penungkapan media.	111 Perusahaan manufaktur di BEI.	Metode regresi berganda.	Profitabilitas, <i>leverage</i> , tidak berengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan, tipe perusahaan, dan pengungkapan media berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
4	Ivon Nurmas Ruroh, Sri Wahjuni Latifah. Journals Akademi Akuntansi Vol.1 No.1 (2018)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan dan <i>Risk Minimation</i> terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2015-2016.	Profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan dan <i>Risk Minimation</i> .	38 perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.	<i>Purposive sampling</i> .	Profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, dan <i>risk minimation</i> berpengaruh terhadap CSR.
5	Pria Juni Prasetya,	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap	Ukuran perusahaan	42 perusahaan manufaktur di	Analisis jalur (<i>path</i>)	Ukuran perusahaan berpengaruh positif

	Gayatri. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol.14.1 Januari 2016	Manajemen Laba dengan Pengungkapan CSR sebagai Variable Intervening di BEI tahun 2012-2014.	dan manajemen laba.	BEI tahun 2012-2014.	<i>analysis</i>).	pada pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR berpengaruh negatif pada manajemen laba. Ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh negatif pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR.
6	Ida Bagas Gde Indra Wedhana Purba, Putu Yadnya. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.4, No.8 (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> terhadap Profitabilitas dan Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur di BEI.	Ukuran perusahaan, <i>Leverage</i> .	66 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	<i>Nonprobability sampling, analisis jalur (path analysis)</i> .	Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>leverage</i> dan CSR. <i>Leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
7	Esti Rofiqkoh dan Maswar	Pengaruh Profitabilitas,	Profitabilitas, <i>leverage</i> ,	52 perusahaan manufaktur di	Porpusive sampling,	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , ukuran

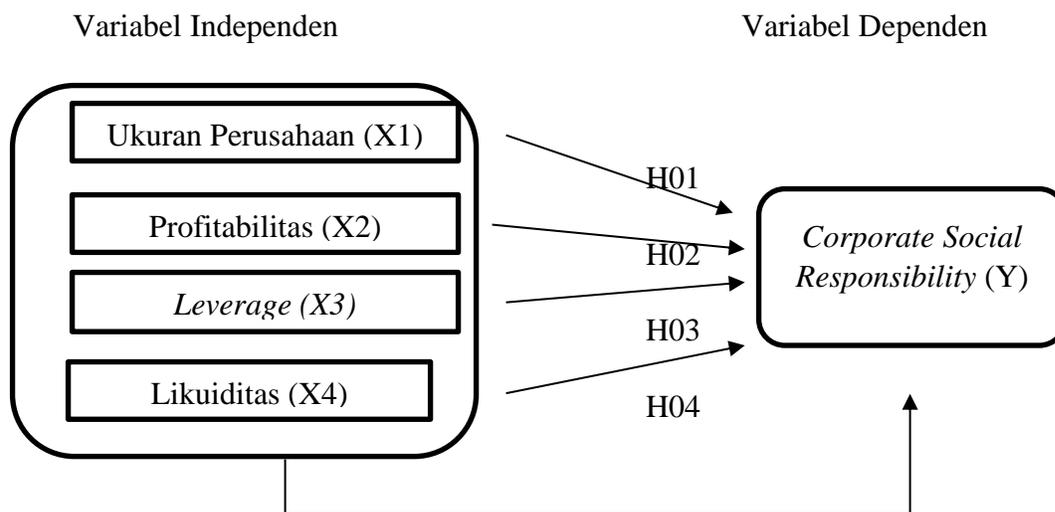
	Patuh Priyadi. Jurnal Ilmu dan Reset Akuntansi, Vol 5, No 10. Oktober (2016)	<i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2012-2014.	ukuran perusahaan.	BEI.	analisis linear berganda.	perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
8	Dewi Pratiwi, Jurnal Finansial, Vol.4, No.7, Tahun 2018.	Pengaruh Likuiditas, dan <i>Leverage</i> terhadap Profitabilitas pada perusahaan Sub Sektor Pertambangan terdaftar di BEI.	Likuiditas, <i>Leverage</i> , dan profitabilitas.	16 perusahaan pertambangan batubara di BEI.	Analisis Regresi.	Likuiditas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap profitabilitas, <i>leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas.
9	Ashari Dwi Putranto, Ari Darmawan, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.56 No 1, Maret 2018.	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Nilai Pasar terhadap Harga Saham pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI 2010- 2016.	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Nilai Pasar, Harga Saham.		Regresi linear berganda.	Nilai pasar tidak memiliki dampak terhadap harga saham. Ukuran perusahaan memiliki dampak positif terhadap harga saham. Profitabilitas memiliki dampak positif terhadap harga saham. <i>Leverage</i> memiliki dampak negatif terhadap harga saham.

10	Dedi Rossida Sutama, Erna Lisa, Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi, Vol 10 No. 1, Februari 2018	Pengaruh <i>Leverage</i> dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Studi pada perusahaan Sektor Food dan Beverages di BEI tahun 2012-2016.	<i>Leverage</i> , Profi- tabilitas, dan Nilai perusahaan.	14 perusahaan Food dan Beverages di BEI tahun 2012-2016.	Purposive sampling.	Secara parsial dan simultan, <i>Leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
----	--	---	--	--	------------------------	--

2.3 Model Konseptual Penelitian

Kajian teori dalam Bab II menyajikan pemikiran yang membahas antara variabel independen dan variabel dependen. Konsep penelitian ini didasarkan pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI, selama tiga tahun penelitian. Kerangka konseptual yang menjadi acuan pemikiran peneliti dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 2.1 Model Konseptual Penelitian



2.4 Pengembangan Hipotesis

Dari kerangka model penelitian, hipotesis yang dapat dikembangkan yaitu sebagai berikut.

- 1) Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ukuran perusahaan yang lebih besar pastinya akan menjadi pusat perhatian dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Sembiring (2005) dalam Putri (2017:561) menyatakan bahwa *public demand* yang dimiliki oleh perusahaan akan lebih besar jika perusahaan tersebut memiliki ukuran yang lebih besar begitu juga dengan sebaliknya karena melakukan pengungkapan yang lebih ringan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017), Prespati dan Hadiprajitno (2015), Ruroh dan Latifah (2018), Prasetya dan Gayatri (2016), Purba dan Yadnya (2015), Rofiqkoh dan

Priyadi (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Pradnyani dan Sisdyani (2015) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari penelitian ini yaitu:

Ho1 : Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Ha1 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2) Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Profitabilitas adalah suatu faktor atau kondisi yang dapat menjadikan suatu manajemen berlaku bebas dan menjadi lebih ringan atau fleksibel dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kepada pemegang saham. Oleh karena itu, semakin besar jumlah profitabilitas suatu perusahaan maka dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya juga akan semakin besar. Adanya teori keagenan yang menjadi acuan yang mana perusahaan akan mendapatkan respon yang lebih baik dari masyarakat jika perusahaan dapat melakukan aktivitas sosial yang lebih luas jika tingkat profitabilitasnya semakin besar.

Teori di atas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pradnyani dan Sisdyani (2015), Putri (2017), Ruroh dan Latifah (2018), Rofiqkoh dan Priyadi (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Prespati dan Hadiprajitno (2015) hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari penelitian ini yaitu:

Ho2 : Profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Ha2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

3) Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Leverage dapat digunakan untuk melihat seberapa jauh keterlibatan kreditur dalam melakukan pembiayaan asset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Menurut Premana (2011) dalam Putri (2017:562) perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi berusaha menyampaikan lebih banyak informasi sebagai instrumen 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* lebih rendah. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, supaya dapat dapat melaporkan laba sekarang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan).

Teori di atas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017), Ruroh dan Latifah (2015), Rofiqkoh dan Priyadi (2016), Purba dan Yadnya (2015) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Pradnyani dan Sisdyani (2015) dan penelitian Prespati dan Hadiprajitro (2015) hasilnya menunjukkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari penelitian ini yaitu:

Ho3 : *Leverage* tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Ha3 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

4) Pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain bahwa mereka lebih baik dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial. Sinyal tersebut dilakukan dengan cara memberikan informasi yang lebih luas tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mereka lakukan (Kamil dan Antonius, 2012) dalam Putri (2017:563).

Teori di atas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari penelitian ini yaitu:

Ho4 : Likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Ha4 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.