

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Laporan Keuangan

a. Pengertian Laporan Keuangan

Riyanto (2012:327), laporan keuangan (*Financial Statement*) memberikan ikhtisar mengenai suatu keadaan keuangan perusahaan, dimana posisi neraca (*Balance Sheets*) mencerminkan nilai aktiva, utang dan modal sendiri pada suatu saat tertentu, dan laporan laba dan rugi (*Income Statement*) mencerminkan hasil-hasil yang dicapai selama periode tertentu. Maksud laporan keuangan yang di capai selama periode tertentu merupakan periode satu tahun. Adanya laporan keuangan perusahaan, maka dapat digambarkan posisi suatu perusahaan setelah di analisis pada laporan keuangan tersebut

Diartikan bahwa setiap akhir usaha suatu perusahaan atau lembaga dapat menyusun, meringkas data keuangan yang selanjutnya akan dilaporkan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan periode waktu tertentu. Laporan keuangan perusahaan menggambarkan tingkat kesehatan suatu perusahaan dan melaporkan kegiatan-kegiatan perusahaan sekaligus mengevaluasi strategi perusahaan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

b. Tujuan Laporan Keuangan

Laporan keuangan suatu perusahaan memiliki tujuan dan manfaat. Beberapa tujuan laporan keuangan yang dikutip dari beberapa ahli yakni: (Fahmi, 2012:5), tujuan laporan keuangan yaitu untuk memberikan informasi kepada

pihak-pihak yang membutuhkan tentang kondisi suatu perusahaan dari sudut angka dalam satuan moneter.

Tujuan laporan keuangan (Kasmir, 2014:10), sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva (harta) yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
- b. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
- c. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan yang diperoleh pada suatu periode tertentu.
- d. Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.
- e. Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva, dan modal perusahaan.
- f. Memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.
- g. Memberikan informasi tentang catatan-catatan atas laporan keuangan.

Diartikan bahwa dari berbagai pendapat para ahli tersebut, tujuan laporan keuangan adalah untuk memberikan gambaran dan informasi yang jelas bagi pengguna laporan keuangan atau pemangku kepentingan terutama bagi manajemen suatu perusahaan.

c. Manfaat Laporan Keuangan

Manfaat yang diperoleh dari pembuatan suatu laporan keuangan yakni dengan adanya laporan keuangan yang telah disediakan oleh pihak manajemen

perusahaan maka sangat membantu pihak pemegang saham dalam proses pengambilan suatu keputusan, dan akan sangat berguna dalam melihat suatu kondisi pada saat ini maupun dijadikan sebagai alat untuk memprediksi kondisi masa yang akan datang (Fahmi, 2012:5)

Hal tersebut dapat diartikan bahwa adanya laporan keuangan perusahaan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk proses pengambilan keputusan yang kedepannya akan membawa dampak baik bagi kemajuan suatu perusahaan

2. Kinerja Keuangan

Menganalisis sebuah laporan keuangan berguna untuk menilai kinerja perusahaan untuk dibandingkan dengan perusahaan lain. Kinerja keuangan adalah ukuran seberapa besar kemampuan sebuah perusahaan dalam menciptakan laba atau *revenue* (Fatihudin, 2017:71).

Menurut Fahmi (2012:2), kinerja keuangan merupakan suatu analisis yang dapat dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan ketentuan-ketentuan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar.

Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat diukur dengan bagian keuangan maupun non keuangan. Secara garis besar ada 4 rasio yang dapat digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan (Martono dan Harjito, 2010:53). Keempat jenis rasio dijelaskan sebagai berikut:

1. Rasio Profitabilitas (*profitability ratio*) atau rentabilitas, yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur sampai seberapa besar efektivitas perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dari penggunaan modalnya

2. Rasio Likuiditas (*liquidity ratio*), yaitu rasio yang menunjukkan hubungan antara kas perusahaan dan aktiva lancar lainnya dengan hutang lancar. Rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi atau kewajiban jangka pendek.
3. Rasio *Leverage* (*leverage ratio*), yaitu rasio yang digunakan sebagai alat ukur sampai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang atau seberapa jauh perusahaan menggunakan hutangnya untuk jangka panjang.
4. Rasio Aktivitas (*activity ratio*), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur sampai seberapa besar efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan sumber dananya.

3. *Profitabilitas*

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari setiap penjualan yang dilakukan oleh suatu perusahaan tersebut selama beroperasi dalam periode tertentu (Fatihudin, 2019:103). Rasio ini bisa juga diinterpretasikan sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya (ukuran efisiensi) di perusahaan pada periode tertentu. Rasio tersebut bisa dihitung sebagai berikut :

a) *Return on Asset (ROA)*

Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan suatu perusahaan dibandingkan dengan total aset (Fatihudin, 2019:106).

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

- Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan aset, yang berarti semakin baik.

b) Return on Equity (ROE)

Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan suatu perusahaan dalam mencetak laba (Fatihudin, 2019:106).

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Modal}}$$

- Semakin tinggi rasio ini menunjukkan semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.

4. Likuiditas

Rasio likuiditas berguna untuk menganalisa seberapa jauh suatu perusahaan mampu bertahan hidup; seberapa besar kemampuan dan kecepatan perusahaan tersebut mampu membayar hutang jangka pendeknya (Fatihudin, 2019:100). Hutang dalam hal ini merupakan kewajiban perusahaan. Rasio tersebut dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

a) Current Ratio (CR)

Rasio lancar mengukur kemampuan perusahaan memenuhi hutang jangka pendeknya (jatuh tempo kurang dari satu tahun) dengan menggunakan aktiva lancar. Rasio lancar bisa dihitung sebagai berikut ini :

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

5. *Leverage*

Rasio ini digunakan untuk menunjukkan kualitas kewajiban suatu perusahaan serta seberapa besar perbandingan antara kewajiban tersebut dengan aktiva yang dimiliki perusahaan (Fatihudin, 2019:103). Perusahaan yang tidak *leverage* adalah perusahaan yang total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya. Rasio ini memfokuskan pada sisi kiri perusahaan. Rasio hutang terhadap total aset bisa dihitung sebagai berikut:

- a) *Debt to Assets Ratio* (DAR) digunakan untuk mengukur tingkat penggunaan hutang terhadap total aktiva yang dimiliki.

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

- b) *Debt to Equity Ratio* (DER) digunakan untuk mengukur tingkat penggunaan hutang terhadap modal yang dimiliki.

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal}}$$

- Rasio yang tinggi berarti perusahaan menggunakan hutang yang tinggi. Penggunaan hutang yang tinggi akan meningkatkan profitabilitas, di lain pihak, hutang yang tinggi juga akan meningkatkan risiko.

6. *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial adalah suatu komitmen usaha untuk melakukan tindakan secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan, komunitas lokal dan komunitas luas.

Perusahaan adalah suatu organisasi yang didirikan oleh perseorangan atau kelompok yang melakukan kegiatan produksi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*-nya. Menurut Sudana (2015:12), tanggung jawab sosial merupakan aktivitas rutin yang dilakukan perusahaan dan telah menjadi bagian penting dari organisasi perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) yaitu salah satu bentuk dari tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi. Diikuti dengan penerapan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas (Hadi, 2011:48).

Menurut Untung (2008:1), CSR 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 ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR yang dilakukan oleh setiap perusahaan dalam jangka waktu yang panjang akan berdampak pada perkembangan perusahaan itu sendiri.

Penjelasan diatas diartikan bahwa tanggung jawab sosial adalah kegiatan suatu perusahaan yang wajib dilakukan secara etis dan guna meningkatkan kualitas ekonomi, sosial dan lingkungan masyarakat serta kepentingan *stakeholder*.

7. Teori Stakeholder

Soraya (2016), menyatakan bahwa munculnya teori dari *stakeholder* yakni membahas hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan berbagai pihak. Pengungkapan CSR ini penting karena para *stakeholders* perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukan.

Inti dari teori tersebut menyatakan suatu keberlangsungan hidup perusahaan sangat tergantung pada tingkat kemampuannya dalam menyeimbangkan kepentingan dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Jika suatu perusahaan mampu, maka akan mendapatkan dukungan berkelanjutan dari para *stakeholder* dan akan meningkatkan penjualan, *brand image*, dan laba suatu perusahaan. Hal ini berdampak pada citra baik perusahaan yang kedepannya dapat meningkatkan profit perusahaan.

8. Teori Legitimasi

Apabila suatu perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya akan mendapat status dari masyarakat atau lingkungan. Teori legitimasi dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa kegiatan perusahaan layak dan sesuai dengan norma, nilai, dan kepercayaan yang dikembangkan secara sosial. Kurangnya legitimasi akan membuat suatu perusahaan tersebut kurang dipercaya oleh *stakeholder* dan dengan demikian akan kecil kemungkinannya untuk meyakinkan pemegang saham untuk bertahan, sementara perusahaan yang

mendapat dan mempertahankan legitimasi dipandang sebagai perusahaan yang dapat dipercaya (Behram, 2015).

Hadi (2011:93), legitimasi perusahaan merupakan faktor signifikan untuk mendukung citra dan reputasi perusahaan di mata *stakeholder*. Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan CSR oleh suatu perusahaan akan meyakini sebuah organisasi (khususnya perusahaan) mampu untuk bertahan lama dan dapat berkelanjutan. Agar aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima serta mendukung citra dan reputasi di mata *stakeholder*. Diharapkan perusahaan atau organisasi menjalankan operasional dengan baik.

9. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilandasi pemikiran bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham, tetapi juga kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan termasuk diantaranya adalah pegawai, pelanggan, pemasok, pemerintah, dan masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan dengan tujuan untuk menjaga reputasi perusahaan seperti meningkatkan citra perusahaan maupun pemegang sahamnya, posisi merk perusahaan dan bidang usahanya. Diartikan bahwa pengungkapan CSR sangat penting dilakukan oleh perusahaan karena dapat menunjang keberlanjutan perusahaan.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja

organisasi dan produknya dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*).

Pelaporan keberlanjutan yang disepakati secara internasional memungkinkan informasi yang terkandung dapat diakses dan diperbandingkan. Laporan CSR dapat memberikan tambahan informasi kepada pemangku kepentingan untuk mengambil keputusan. *Global Reporting Initiative* (GRI) digunakan sebagai pedoman pelaporan keberlanjutan dari CSR suatu perusahaan. GRI merupakan sebuah organisasi independen internasional yang membantu bisnis, pemerintah dan perusahaan lainnya memahami dan mengkomunikasikan pengungkapan keberlanjutan.

Konsep CSR yang telah distandarisasikan oleh perkembangan dunia usaha, pemerhati lingkungan hidup serta organisasi dunia. Beberapa standar terkait dengan CSR, diantaranya ialah *Caux Principles for Business*, *Social Accountability 8000*, *United Nations Global Impact*, dan *Global Reporting Initiative*(GRI), *Good Corporate Governance* (GCG) (Rusdianto, 2013:10).

10. Manfaat Corporate Social Responsibility

Keberadaan dalam suatu perusahaan idealnya bermanfaat untuk masyarakat sekitar, sehingga diharapkan pelaksanaan CSR selain memberdayakan masyarakat setempat juga sebagai upaya agar kegiatan operasional perusahaan berjalan dengan lancar tanpa ada gangguan.

Adanya tanggung jawab sosial tersebut memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap perkembangan suatu perusahaan. Berikut manfaat yang akan diperoleh dalam pelaksanaan CSR, yaitu :

a. Manfaat bagi perusahaan

Citra perusahaan akan terkenal baik jika perusahaan tersebut peduli terhadap masyarakat. Kegiatan perusahaan dalam jangka panjang akan dianggap sebagai kontribusi positif di masyarakat. Selain itu, dapat membantu perekonomian masyarakat dan membantu dalam mewujudkan keadaan lebih baik di masa yang akan datang. Akibatnya, perusahaan akan memperoleh tanggapan yang positif setiap kali menawarkan sesuatu kepada masyarakat. Secara tidak langsung, produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan dapat membuat konsumen meningkat karena pelanggan cenderung melihat dari citra suatu perusahaan.

b. Manfaat bagi masyarakat

Kepentingan suatu masyarakat dapat terakomodasi, hubungan masyarakat dengan perusahaan akan lebih erat, artinya terdapat sebuah kerjasama yang saling menguntungkan kedua pihak. Tidak hanya di sektor perekonomian, tetapi juga sektor sosial, pembangunan dll. Selain itu, adanya program beasiswa terhadap anak tidak mampu dan kesejahteraan masyarakat serta pembangunan fasilitas umum yang berguna bagi masyarakat contoh, taman baca, taman digital, dll.

c. Manfaat bagi pemerintah

Pemerintah tidak hanya bekerja sendiri dalam membangun kesejahteraan masyarakat. Pemerintah juga tidak hanya sebagai wasit yang menetapkan aturan main dalam hubungan masyarakat dengan dunia bisnis, dan memberikan sanksi bagi pihak yang melanggarnya. Pemerintah juga sebagai

pihak yang mendapat legitimasi untuk mengubah tatanan masyarakat agar ke arah yang lebih baik dan akan mendapatkan *partner* dalam mewujudkan tatanan masyarakat tersebut.

11. Dasar Hukum Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*

1. Undang-Undang No. 22 Tahun 2001 Tentang Minyak dan Gas Bumi.
2. Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal.
3. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
4. Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.
5. Undang-Undang No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
6. Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. PER-05/MBU/ 2007 Tahun 2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Program Bina Lingkungan dengan keputusan Menteri Negara Usaha No. PER-08/ MBU/ 2013 Tahun 2013 Tentang Perubahan Keadilan Badan Usaha Milik Negara No. PER-05/ MBU/ 2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

B. Hubungan Antar Variabel

Jika suatu perusahaan dengan nilai *profitabilitas* yang tinggi maka dapat meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal tersebut menunjukkan pandangan yang positif yakni meningkatnya kepercayaan investor, tumbuhnya citra dan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Hal ini didukung oleh (Putri,

2017) menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat *profitabilitas* tinggi cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi tanggung jawab sosial perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki kemampuan menghasilkan laba yang tinggi, biasanya juga memiliki ketersediaan dana yang banyak, termasuk untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, guna mengurangi tekanan sosial dan pandangan negatif dari pasar. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif *profitabilitas* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Likuiditas menggambarkan suatu perusahaan yang mengenai ketersediaan dana terhadap pengungkapan CSR. Rasio likuiditas merupakan kemampuan untuk mengukur likuiditas jangka pendek perusahaan dengan melihat aktiva lancar perusahaan relatif terhadap hutang lancarnya (Hanafi dan Halim, 2016:77). Perusahaan secara bidang keuangan sehat, kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi CSR dibandingkan dengan perusahaan yang tingkat likuiditasnya rendah. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif *likuiditas* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Meningkatnya risiko perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dalam kegiatannya banyak menggunakan hutang. Apabila rasio *leverage* menunjukkan nilai yang tinggi pada suatu perusahaan maka akan menjadi sorotan para *stakeholders*, karena nantinya akan mengurangi pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage merupakan suatu pengukuran kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang menunjukkan *Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage* yang tinggi cenderung lebih menarik minat para *stakeholders* untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Apabila *profitabilitas* menunjukkan nilai yang tinggi maka kemampuan *likuiditas* perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek lebih optimal, sehingga tingkat *leverage* perusahaan akan menurun yang kedepannya akan berdampak pada pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan pengaruh positif antara *Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage* terhadap pengungkapan CSR yang diperoleh investor.

C. Penelitian Terdahulu

Putri (2017) meneliti tentang “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Profitabilitas, Leverage, Likuiditas* dan Basis Kepemilikan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2014”. Teknik analisis yang digunakan oleh peneliti yakni analisis regresi berganda. Hasil penelitian yang menggunakan uji “t” menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan, *Profitabilitas, Leverage, Likuiditas* dan Basis Kepemilikan berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hasil penelitian yang menggunakan uji “F” menunjukkan bahwa semua variabel secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Prakasa dan Astika (2017) meneliti tentang “Pengaruh *Leverage, Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen* Pada *Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure)* Pada Perusahaan Pertambangan”. Teknik analisis yang

digunakan oleh peneliti yakni analisis regresi berganda. Hasil penelitian yang menggunakan uji “t” menunjukkan bahwa *Profitabilitas* dan Kepemilikan Manajemen berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*, sedangkan *Leverage* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hasil penelitian yang menggunakan uji “F” menunjukkan bahwa *Leverage*, *Profitabilitas*, Kepemilikan Manajemen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan CSR *Disclosure*.

Soraya (2016) meneliti tentang “Pengaruh *Profitabilitas*, *Likuiditas Sales Growth*, dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tedaftar Di Bursa Efek Indonesia)”. Teknik analisis yang digunakan oleh peneliti yakni analisis regresi berganda. Hasil penelitian yang menggunakan uji “t” menunjukkan bahwa *Profitabilitas* dan *Media Exposure* berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan *Likuiditas* dan *Sales Growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian yang menggunakan uji “F” menunjukkan bahwa semua variabel secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Asiah (2014) meneliti tentang “Pengaruh Kinerja Keuangan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia”. Teknik analisis yang digunakan oleh peneliti yakni analisis regresi berganda. Hasil penelitian yang menggunakan uji “t” menunjukkan bahwa Kinerja Lingkungan berpengaruh

signifikan terhadap *corporate social responsibility*, sedangkan Kinerja Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hasil penelitian yang menggunakan uji “F” menunjukkan bahwa kinerja lingkungan dan kinerja keuangan secara simultan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Ridlo (2016) meneliti tentang “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure)* Menggunakan Indeks ISR (Studi Pada Bank Umum Syariah Periode 2011-2014)”. Teknik analisis yang digunakan oleh peneliti yakni analisis regresi berganda. Hasil penelitian yang menggunakan uji “t” menunjukkan bahwa *Current Asset* berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*, sedangkan DER dan ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hasil penelitian yang menggunakan uji “F” menunjukkan bahwa *Current Asset*, DER, dan ROE secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kamatra dan Kartikaningdyah (2015) meneliti tentang “*Effect Corporate Social Responsibility On Financial Performance*”. Teknik analisis yang digunakan oleh peneliti yakni analisis regresi berganda. Hasil penelitian yang menggunakan uji “t” menunjukkan bahwa ROA dan NPM berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*, sedangkan EPS dan ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hasil penelitian yang menggunakan uji “F” menunjukkan bahwa *profitabilitas* secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

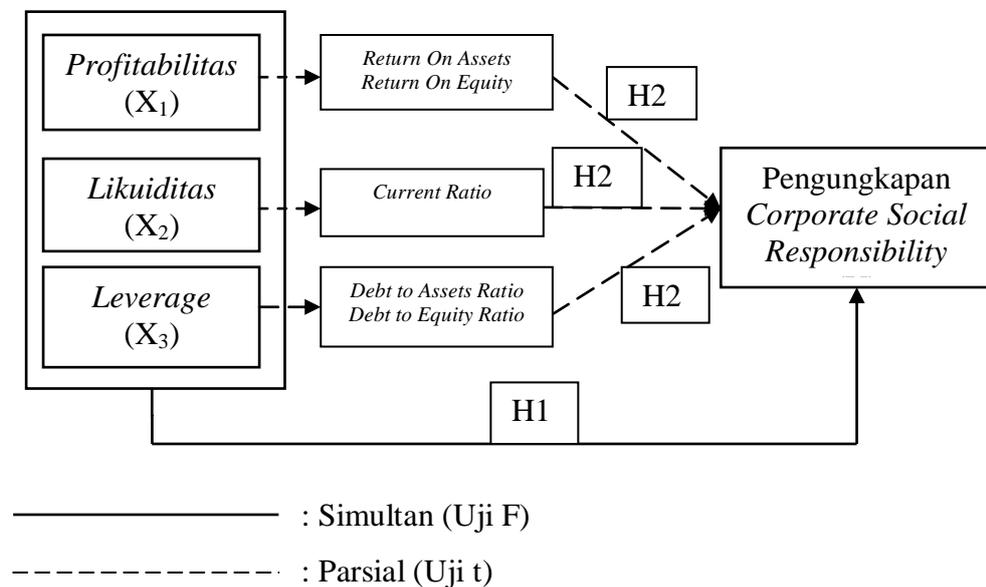
Robiah dan Erawati (2017) meneliti tentang “Pengaruh *leverage* perusahaan, *size* perusahaan, dan kepemilikan manajemen terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*”. Teknik analisis yang digunakan oleh peneliti yakni analisis regresi berganda. Hasil penelitian yang menggunakan uji “t” menunjukkan bahwa *Size* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *CSR*, sedangkan *Leverage* dan *Kepemilikan Manajemen* tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hasil penelitian yang menggunakan uji “F” menunjukkan bahwa *leverage* perusahaan, *size* perusahaan, dan kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pradnyani dan Sisdyani (2015) meneliti tentang “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Profitabilitas*, *Leverage*, dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”. Teknik analisis yang digunakan oleh peneliti yakni analisis regresi berganda. Hasil penelitian yang menggunakan uji “t” menunjukkan bahwa *profitabilitas* dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR, sedangkan *leverage* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hasil penelitian yang menggunakan uji “F” menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan, *Profitabilitas*, *Leverage*, dan Ukuran Dewan Komisaris secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kedelapan penelitian terdahulu diatas memiliki perbedaan dan kesamaan dengan penelitian sekarang. Penelitian sekarang tidak menguji Ukuran Perusahaan, Basis Kepemilikan, *Net Profit Margin*, *Earning Per Share*, *Size*

Firm, Sales Growth, Media Exposure, Kepemilikan Manajemen dan Kinerja Lingkungan sebagai variabel bebasnya seperti yang dilakukan oleh peneliti Pradnyani dan Sisdneyani (2015), Kamatra dan Kartikaningdyah (2015), Prakasa dan Astika (2017), Asiah (2014), Putri (2017), Soraya (2016), Robiah dan Erawati (2017) dan Ridlo (2016). Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada objek yang diteliti. Pada variabel terikatnya memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yakni sama-sama meneliti tentang pengungkapan *corporate social responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan).

D. Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual
(Sumber: diolah penulis 2019)

E. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian dan landasan teori, maka hipotesis pada penelitian ini adalah :

H1 : Diduga kinerja keuangan (*profitabilitas, likuiditas, dan leverage*) secara simultan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H2 : Diduga *profitabilitas* berpengaruh paling dominan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.