

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbagai dampak dari eksistensi perusahaan ditengah-tengah warga telah menyadarkan masyarakat di dunia bahwa sumber daya alam merupakan terbatas dan oleh karena itu pembangunan ekonomi wajib dilaksanakan secara berkelanjutan, dengan konsekuensi bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu memakai sumber daya dengan efisien dan memastikan bahwa sumber daya tersebut tidak habis, agar tetap bisa dimanfaatkan oleh generasi di masa yang akan datang. Pelaksanaan *corporate social responsibility* sering digunakan sebagai investasi jangka panjang untuk mendapatkan citra perusahaan yang lebih baik dimata publik maupun investor. Hal itu dikarenakan adanya tuntutan masyarakat pada perusahaan agar melaksanakan aktivitas bisnisnya tidak hanya berorientasi pada keuntungan saja tetapi harus peduli pada lingkungan serta tanggung jawab di sosial masyarakat sekitar. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sebuah gagasan yang mengakibatkan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam syarat keuangan (*financial*) saja. akan tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan persoalan sosial dan lingkungan. Korporasi yang dulu hanya mementingkan laba (*profit*), kini juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat (*people*) disamping keseimbangan lingkungan (*planet*).

Perusahaan harus bertanggung jawab dalam permasalahan sosial serta lingkungan yang disebabkan oleh pelaksanaan kegiatan perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* sudah disebut suatu kepentingan bagi perusahaan, selain menjadi bentuk ketaatan terhadap hukum tetapi juga untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengungkapkan CSR, diantaranya; dapat meningkatkan gambaran perusahaan, dapat membawa keberuntungan perusahaan, dan bisa menjamin keberlangsungan perusahaan. Namun perkembangan *corporate social responsibility* dalam praktiknya masih terdapat banyak penyimpangan yang telah dilakukan oleh perusahaan. Sebagai contohnya yaitu beberapa perusahaan batubara di Kalimantan terbukti telah melakukan penyimpangan dengan meninggalkan bekas galian kegiatan penambangan (Barokah, 2020). Selain itu, PT Freeport Indonesia juga terbukti belum melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. Aktivitas bisnisnya yang berkaitan dengan sumber daya alam menyebabkan kerusakan lingkungan. PT Freeport juga dinilai kurang memberikan sumbangsuhnya terhadap pendidikan dan kemiskinan masih banyak terjadi disekitar area operasional perusahaan (Inayati, 2019). Peristiwa tersebut menjadi bukti bahwa pelaksanaan *corporate social responsibility* belum diimplementasikan secara maksimal pada beberapa perusahaan di Indonesia, khususnya perusahaan pertambangan yang paling banyak disorot karena aktivitasnya berkaitan dengan sumber daya alam. Secara keseluruhan, aktivitas penambangan berkontribusi sebesar 70% terhadap kerusakan lingkungan (Kusuma, 2018). Penambangan pasir ilegal di kota Lumajang, Jawa Timur, yang mengakibatkan kondisi sawah didaerah

tersebut menjadi rusak, karena penambangan tersebut bersifat eksploitasi, sehingga sebagian dari para petani kehilangan mata pencahariannya, selain itu penambangan tersebut juga merusak alam dan mengakibatkan meninggalnya aktivis anti tambang yang disebabkan karena adanya penganiayaan yang dilakukan oknum yang pro terhadap penambangan pasir tersebut (Hafid, 2021). Contoh lainnya yaitu pada kasus kerusakan lingkungan di lokasi penambangan timah di pantai pulau Bangka Belitung pada tahun 2022, tidak dapat ditentukan siapakah yang bertanggung jawab dalam hal ini, kerusakan yang terjadi karena kegiatan penambangan dilakukan oleh rakyat tak berizin yang mengejar setoran kepada PT. Timah, Tbk sebagai akibat penambangan tersebut terjadi pencemaran di permukaan laut dan perairan umum, lahan menjadi tandus serta kerusakan laut (Adrian dan Hartanto, 2022).

Dari contoh kasus tersebut dapat dijelaskan bahwa perusahaan menjadi sorotan penting terkait pertanggungjawaban sosial mereka baik terhadap lingkungan, masyarakat sekitar atau kesejahteraan karyawan, maka dari itu timbul kesadaran dari tiap perusahaan untuk menerapkan *corporate social responsibility* (CSR). Melalui CSR, perusahaan berusaha untuk membagikan bahwa perusahaan bisa bertanggung jawab dan memiliki kepedulian terhadap lingkungan, kesejahteraan karyawan, serta masyarakat. Intensitas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris.

Faktor pertama mempengaruhi pengungkapan CSR adalah Profitabilitas. Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan ialah memperoleh laba atau keuntungan. Semakin tinggi keuntungan yang didapatkan suatu perusahaan, maka

semakin baik juga kinerja perusahaan tersebut. Keuntungan perusahaan tidak hanya sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya kepada investornya, namun juga merupakan unsur penciptaan nilai perusahaan yang memberikan prospek perusahaan pada masa depan. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi maka mencerminkan adanya penerimaan yang tinggi. Hubungan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR menurut (Kasmir, 2019:114) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi. menurut (Prihadi, 2020:166), profitabilitas merupakan kemampuan membuat laba. Dalam mengukur profitabilitas perusahaan digunakan alat ukur *return on asset* (ROA). ROA ialah suatu indikator keuangan yang mendeskripsikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atas total aset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang memperoleh tingkat laba yang tinggi akan memperoleh dana untuk melakukan pengungkapan informasi sosial yang lebih luas dan terbuka sehingga memberikan informasi yang baik mengenai perusahaan (Yanti dan Budiasih, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh (Lisa et al., 2018), (Ruroh dan Latifah, 2018), (Purba dan Candradewi, 2019) mendukung hubungan profitabilitas dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Suryati, 2017), (Saragih dan Sembiring, 2019) melaporkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor kedua yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah Likuiditas. Salah satu cara agar kelangsungan hidup perusahaan bisa dipertahankan adalah dengan melakukan pemantauan taraf likuiditasnya. Likuiditas adalah rasio yang digunakan dalam mengukur kinerja keuangan. Data yang dihitung dari likuiditas adalah data yang berasal dari laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan. Adapun tujuan dari rasio ini adalah untuk mengukur sejauh mana perusahaan dapat mampu dalam bertanggung jawab melunasi segala tanggung jawab yang dimiliki atau dalam bahasa sederhananya adalah rasio ini adalah rasio yang memberikan penilaian bagi sebuah perusahaan dalam kesanggupannya dalam membayar utang (K. A. Putri et al., 2020). Likuiditas juga adalah satu rasio penting yang seringkali dipakai oleh investor dan masyarakat dalam menilai sebuah perusahaan dari segi pertanggungjawaban dan resiko yang dimiliki (Sukenti et al., 2017). Dengan likuiditas yang tinggi berarti perusahaan mempunyai kemampuan untuk membiayai dan melakukan kegiatan yang berkaitan dengan pengungkapan sosial (CSR), sehingga perusahaan lebih mampu untuk mengungkapkan kegiatan sosial yang dilakukan dengan lebih luas (Hantono, 2017). Menurut (Sujarweni, 2017) likuiditas dapat diukur dengan *Current Ratio*, *Quick Ratio*, dan *Cash Ratio*. *Current Ratio* 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 dan meningkatkan kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan tersebut. Hasil penelitian (Putri, 2017) sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fauziah, 2019) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial

atau *corporate social responsibility* (CSR). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Mujiyati et.al, 2018), (Sekarwigati dan Effendi, 2019), (Mudjiyanti dan Salis, 2017) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR).

Faktor ketiga yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah *Leverage*. Menurut (Rivandi, 2018) *leverage* adalah perbandingan antara dana yang di dapat dari eksternal perusahaan dengan dana yang ada pada perusahaan. *Leverage* merupakan deskripsi tentang struktur modal yang terdapat pada perusahaan, sebagai akibatnya dapat terlihat tingkat risiko tidak tertagihnya suatu utang. Sedangkan menurut (Kasmir, 2017) *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban perusahaan atau utang jangka panjangnya. (Kasmir, 2018) menunjukkan bahwa pratiknya, apabila dari hasil perhitungan, perusahaan ternyata memiliki rasio *leverage* yang tinggi, hal ini akan berdampak timbulnya risiko gagal bayar kewajiban utang yang dihadapi perusahaan, tetapi juga memberikan dampak positif bagi kelangsungan operasional bisnis perusahaan, sebaliknya apabila perusahaan memiliki rasio *leverage* lebih rendah tentu mempunyai risiko kerugian lebih kecil pula terutama pada saat perekonomian menurun. Dampak ini juga menyebabkan rendahnya tingkat hasil pengembalian (*return*) pada waktu perekonomian tinggi. oleh sebab itu, manajer keuangan dituntut untuk mengelola rasio ini dengan baik sehingga bisa menyeimbangkan pengembalian yang tinggi menggunakan tingkat risiko yang dihadapi. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi biasanya berusaha menyampaikan lebih banyak informasi yang lebih detail dalam laporan tahunan untuk memenuhi

kebutuhan tersebut dibandingkan dengan perusahaan dengan *leverage* yang lebih rendah (Putri, 2017). Serta apabila perusahaan memakai lebih banyak hutang dibandingkan dengan modal sendiri maka tingkat *leverage* akan menurun, hal tersebut terjadi sebab beban bunga yang ditanggung perusahaan juga semakin tinggi. Hal ini akan berdampak terhadap perusahaan tersebut. Menurut (Kasmir, 2016) *leverage* dapat diukur dengan *Debt to Asset Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, *Long Term Debt to Equity Ratio*, *Times Interest Earned Ratio*, dan *Fixed Charge Coverage*. Dalam penelitian yang dilakukan (Rivandi dkk, 2017), (Purba dan Candradewi, 2019) dan (Rivandi dan Septiano, 2021) menunjukkan *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Tetapi penelitian (Akanfe dkk, 2017) dan (Yovana dan Kadir, 2020) menemukan hasil hubungan yang berbeda yaitu *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR).

Faktor keempat yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah Ukuran Perusahaan. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin pada teori agensi yang mengungkapkan bahwa perusahaan besar memiliki biaya agensi yang besar, oleh sebab itu perusahaan besar akan lebih banyak menyampaikan informasi daripada perusahaan kecil. Menurut (Hery, 2017: 97) ukuran perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. besar (ukuran) perusahaan bisa dinyatakan dalam total aset, penjualan, serta kapitalisasi pasar. Ukuran perusahaan melalui total aset cenderung lebih stabil daripada melalui penjualan. Hal ini disebabkan karena penjualan lebih cenderung berfluktuasi setiap tahun daripada total aset. Perusahaan besar cenderung

lebih menarik serta lebih diperhatikan oleh publik. Perusahaan besar akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih banyak daripada perusahaan kecil. Luasnya pengungkapan CSR tergantung dari ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka pengungkapan CSR-nya akan semakin tinggi serta kebalikannya Jika semakin kecil ukuran suatu perusahaan maka pengungkapan CSR-nya semakin rendah. Hal tersebut dikarenakan perusahaan yang besar akan menghadapi tanggung jawab yang lebih besar kepada masyarakat dan lingkungan untuk berperilaku positif. Beberapa penelitian yang berhasil membuktikan hubungan positif antara variabel ukuran perusahaan dan luas pengungkapan tanggung jawab sosial penelitian yang dilakukan oleh (Sulthoni, 2019), (Usada, 2017), (Fauziah, 2018), (Abbas, dkk, 2019), (Purba dan Candradewi, 2019), (Noviani dan Suardana, 2019), (Salehi, dkk, 2019), serta (Fahad dan Nidheesh, 2018), (Yovana dan Kadir, 2020) menyatakan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan menurut (Wigrhayani, 2019), (Pakpahan, 2018), (Lasmanita, 2018) dan (Andriani et.al., 2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor kelima yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah Ukuran Dewan Komisaris. Ukuran dewan komisaris yaitu banyaknya dewan komisaris dengan tugas yang dimiliki (Dermawan, dkk., 2014; dalam Dewi dan Muslih, 2018). Dewan komisaris menjadi salah satu kiprah yang diperlukan terkait dengan fungsi pengawasan mengenai kinerja direksi. Direksi yang tidak tepat dalam mengambil suatu keputusan, maka dewan komisaris berhak untuk menasehati.

Banyaknya dewan komisaris mampu menyampaikan dorongan agar manajemen lebih meningkatkan jalannya program *corporate social responsibility*. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang belum sepenuhnya dijalankan dalam suatu perusahaan maka dewan komisaris dapat menasehati direksi untuk mengimplementasikan *corporate social responsibility* serta mengungkapkannya pada laporan tahunan sebab hal ini dibutuhkan oleh *stakeholder*. Dewan komisaris sebagai wakil dari *shareholder* dan *stakeholder* dapat meminta perusahaan buat tidak hanya memikirkan manfaat kegiatan usaha pada perusahaan saja tetapi juga manfaat untuk *stakeholder* perusahaan. dengan kewenangan yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk menyampaikan CSR. Berikut hasil penelitian yang dilakukan oleh (Fahmi, 2019), (Rouf dan Hossan, 2020), (Anggraeni, 2020) menunjukkan hasil bahwa ukuran dewan komisaris secara parsial tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil tersebut bertentangan dengan hasil yaitu ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang ditemukan dalam penelitian (Wibowo, 2019), (NazwirMaharesti, 2018) serta (Istifaroh dan Subardjo, 2017).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dan adanya perbedaan penelitian dari penelitian terdahulu mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali pada perusahaan manufaktur sub sektor pertambangan (*mining*) yang terdaftar di BEI dengan judul “**Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran**

Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia?
5. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang penulis kemukakan diatas, maka dapat dijelaskan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia
3. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia
5. Untuk mengetahui pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang akan diharapkan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

- 1). Bagi Peneliti

Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan dan wawasan terhadap pengembangan mengenai pengungkapan *corporate social responsibility*.

2). Bagi Universitas

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan pedoman dalam penyusunan skripsi di masa yang akan datang mengenai pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang akan diharapkan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi masyarakat agar memahami peran dan tanggung jawabnya dalam pencapaian sasaran pelaksanaan kewajiban *corporate social responsibility* bagi perusahaan serta memberikan pemahaman yang tepat tentang kerja sama yang saling menguntungkan antara perusahaan, pemerintah, dan masyarakat terkait pelaksanaan *corporate social responsibility*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Pendekatan *stakeholder* timbul pada pertengahan tahun 1980-an. Latar belakang pendekatan *stakeholder* merupakan harapan untuk menciptakan suatu kerangka kerja yang responsif terhadap masalah yang dihadapi para manajer pada saat itu yaitu perubahan lingkungan. Tujuan dari manajemen *stakeholder* merupakan untuk merancang metode yang digunakan untuk mengelola berbagai kelompok serta hubungan yang didapatkan dengan cara yang strategis. *Stakeholder* merupakan setiap kelompok atau individu yang bisa mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. *Stakeholder* dapat dibagi menjadi dua sesuai karakteristiknya yaitu *stakeholder* primer serta *stakeholder* sekunder. *Stakeholder* primer merupakan seseorang atau kelompok yang tanpanya perusahaan tidak bisa bertahan untuk *going concern*, mencakup: *shareholder* dan investor, karyawan, konsumen dan pemasok, beserta dengan yang didefinisikan menjadi kelompok *stakeholder* publik, yaitu : pemerintah serta komunitas. Kelompok *stakeholder* sekunder didefinisikan sebagai mereka yang mempengaruhi, atau dipengaruhi perusahaan, tetapi mereka tidak berhubungan dengan transaksi menggunakan perusahaan dan tidak esensial kelangsungannya.

Teori *stakeholder* menekankan akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana. Teori ini menyatakan bahwa

organisasi akan menentukan secara sukarela menyampaikan informasi perihal kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka, melebihi dan di atas permintaan wajibnya untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh *stakeholder*. Teori *stakeholder* memiliki bidang etika (moral) dan manajerial. Bidang etika berargumen bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk diperlakukan secara adil oleh organisasi, serta manajer wajib mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh *stakeholder*. Tujuan utama dari teori *stakeholder* merupakan untuk membantu manajer korporasi mengerti lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif di antara eksistensi hubungan-hubungan pada lingkungan perusahaan mereka. Tetapi demikian, tujuan yang lebih luas dari teori *stakeholder* adalah untuk menolong manajer korporasi dalam meningkatkan nilai dari dampak kegiatan aktivitas mereka, dan meminimalkan kerugian-kerugian bagi *stakeholder*

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi berhubungan erat dengan teori *stakeholder*. Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin operasi mereka berada pada batas serta tata cara yang berlaku pada masyarakat. Dalam perspektif teori legitimasi, suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktivitasnya bila manajemen menganggap bahwa hal ini adalah yang diharapkan komunitas. Teori legitimasi bergantung pada premis bahwa terdapat kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi. Kontrak sosial artinya suatu cara untuk menjelaskan sejumlah besar harapan masyarakat perihal bagaimana seharusnya

organisasi melaksanakan operasinya. Harapan sosial ini tidak permanen, namun berubah seiring berjalannya waktu. Hal ini menuntut perusahaan untuk responsif terhadap lingkungan di mana mereka beroperasi. pada teori legitimasi, organisasi wajib secara berkelanjutan menunjukkan telah beroperasi dalam sikap yang konsisten menggunakan nilai sosial. Hal ini seringkali dapat dicapai melalui pengungkapan (*disclosure*) pada laporan perusahaan. Organisasi dapat menggunakan *disclosure* untuk mendemonstrasikan perhatian manajemen akan nilai sosial, atau untuk mengarahkan kembali perhatian komunitas akan eksistensi pengaruh negatif kegiatan organisasi. Sejumlah studi terdahulu melakukan evaluasi atas pengungkapan lingkungan sukarela laporan tahunan dan memandang pelaporan informasi lingkungan dan sosial sebagai metode yang digunakan organisasi untuk merespon tekanan publik.

Berdasarkan kajian tentang teori stakeholder serta teori legitimasi, dapat disimpulkan bahwa kedua teori tersebut mempunyai fokus yang berbeda perihal pihak-pihak yang bisa mempengaruhi luas pengungkapan informasi di dalam laporan keuangan perusahaan. Teori *stakeholder* lebih mempertimbangkan posisi para stakeholder yang dianggap powerfull. Kelompok stakeholder inilah yang menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan dalam menyampaikan atau tidaknya suatu informasi di dalam laporan keuangan. Sedangkan teori legitimasi menempatkan persepsi serta pengakuan publik menjadi dorongan utama dalam melakukan pengungkapan suatu informasi di dalam laporan keuangan.

2.1.3 Profitabilitas

Menurut (Sirait, 2017:139) definisi Profitabilitas sebagai berikut : Profitabilitas atau kemampulabaan perusahaan untuk memperoleh laba secara komprehensif, mengkonversi penjualan menjadi keuntungan dan arus kas. Setiap perusahaan dalam melakukan aktivitas bisnis atau usaha biasanya memiliki tujuan utama yaitu memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Dengan keuntungan atau laba yang maksimal yang sudah diperoleh oleh perusahaan ini dapat dijadikan pemenuhan kesejahteraan bagi pemilik juga karyawan perusahaan. Selain itu, dengan keuntungan yang maksimal, perusahaan dapat melakukan penambahan atau inovasi produk, meningkatkan mutu produk serta perusahaan dapat melakukan investasi baru. Keberhasilan perusahaan dapat dipandang dari kemampuan perusahaan untuk bisa bersaing dipasar, karena setiap perusahaan mengharapkan profit yang maksimal.

Profitabilitas sangat krusial bagi perusahaan dalam rangka melanjutkan kelangsungan hidup perusahaan, karena itu perusahaan harus dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tingkat profitabilitas suatu perusahaan akan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendanai aktivitas operasionalnya sendiri. Selain itu, profitabilitas pula dapat dipergunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka panjang serta bunganya. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan *Return On Asset (ROA)*. *Return on asset (ROA)* membagikan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk membentuk laba setelah pajak. Nilai *return on asset* yang tinggi maka modal yang digunakan perusahaan

berasal dari hutang semakin rendah dan sebaliknya jika nilai *return on asset* rendah maka modal yang digunakan perusahaan berasal dari hutang semakin tinggi. Semakin *profitable* perusahaan maka perusahaan tersebut cenderung mengurangi proporsi hutangnya. Semakin besar nilai *return on asset* perusahaan maka semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membiayai kebutuhan investasinya dari sumber internal (laba ditahan), (Sudana, 2011:22). Dalam mengukur profitabilitas perusahaan digunakan alat ukur *return on asset* (ROA). ROA merupakan suatu indikator keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar rasio ini semakin baik, karena manajemen perusahaan mampu menghasilkan laba sebaik mungkin atas aset yang dimiliki.

2.1.4 Likuiditas

Menurut (Fahmi, 2017:121) likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Semakin besar total aset lancar terhadap kewajiban lancar, makin tinggi keyakinan bahwa kewajiban lancar tersebut akan dibayar. Likuiditas adalah rasio yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya atau melunasi hutang jangka pendeknya. Dengan kata lain, rasio likuiditas adalah rasio dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu perusahaan mampu melunasi hutang jangka pendek yang akan segera jatuh tempo. (Hery, 2017: 151) mengemukakan bahwa rasio likuiditas memberikan banyak manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Rasio likuiditas tidak hanya penting bagi perusahaan saja, melainkan untuk pihak luar perusahaan juga yang termasuk

investor. Investor sangat berkepentingan kepada rasio likuiditas terutama dalam hal pembagian dividen tunai. Perusahaan yang dapat memenuhi kewajiban keuangannya tepat pada waktunya berarti perusahaan tersebut dalam keadaan likuid, serta perusahaan dikatakan mampu memenuhi kewajiban keuangan tepat pada waktunya apabila perusahaan tersebut memiliki alat pembayaran maupun aktiva lancar yang lebih besar dari hutang lancarnya atau hutang jangka pendek. sebaliknya bila perusahaan tidak dapat segera memenuhi kewajiban keuangannya pada saat ditagih, berarti perusahaan tersebut dalam keadaan likuid.

Likuiditas bisa dihitung melalui sumber informasi tentang modal kerja yaitu pos-pos aktiva lancar dan hutang lancar. Pengukuran likuiditas yang digunakan terdiri dari rasio lancar (*current ratio*), rasio cepat (*quick ratio*), rasio kas (*cash ratio*), rasio kas atas utang lancar, rasio aktiva lancar dan total aktiva, serta aktiva lancar dan total utang.

2.1.5 *Leverage*

Menurut (Kasmir, 2017;113), rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya jika dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri. Semakin tinggi *leverage*, maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan keuntungan sekarang lebih tinggi dibandingkan keuntungan dimasa depan. Dengan keuntungan yang dilaporkan lebih tinggi

akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Agar keuntungan yang dilaporkan lebih tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mempublikasikan informasi sosial.

Leverage akan terlihat ketika perusahaan menambah utang dan menginvestasikan dana yang dipinjamnya dalam aktivitas industri /komersialnya, sehingga dapat membentuk keuntungan operasi yang umumnya lebih tinggi daripada beban bunga yang wajib dibayar atas pinjamannya, namun jika hal yang terjadi berkebalikan dengan itu, maka investasi tersebut tidak layak untuk didanai dari utang. Semakin besar perusahaan maka semakin besar dana untuk pembiayaan dimana dana tersebut adalah biaya tetap yang akan berpengaruh pada titik impas perusahaan serta dapat menyebabkan berfluktuasinya keuntungan. Pihak kreditor sangat memperhitungkan dan mengevaluasi *leverage*, karena pihak kreditor menginginkan dana yang dipinjamkannya itu kembali beserta bunga yang ditanggungnya. Jika nilai *leverage* tinggi perusahaan akan mengalami kerugian, tetapi perusahaan diberi kesempatan untuk memperoleh laba yang tinggi. Namun sebaliknya, jika nilai *leverage* rendah, perusahaan memiliki risiko kerugian yang lebih kecil, terutama saat perekonomian menurun. Dengan demikian, akan berakibat pada rendahnya tingkat hasil pengembalian (*return*) saat perekonomian tinggi (Kasmir, 2019:154). DER digunakan untuk mengukur tingkat penggunaan hutang terhadap total *shareholder's equity* yang dimiliki perusahaan.

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. (Novianty dan May, 2018) menjelaskan bahwa Ukuran Perusahaan dilihat dari bidang bisnis yang sedang dioperasikan. Ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aset, tingkat penjualan rata-rata.

Menurut (Agustia dan Suryani, 2018) ukuran perusahaan adalah suatu skala di mana dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya perusahaan dengan berbagai cara, diantaranya yaitu total aktiva, *log size*, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Suatu perusahaan yang lebih besar dimana sahamnya tersebar sangat luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualannya dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Semakin besar ukuran perusahaan kecenderungan untuk menggunakan utang lebih besar untuk memenuhi kebutuhan dananya daripada perusahaan kecil. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi praktik manajemen laba. Perusahaan dengan *size* besar mempunyai insentif yang besar untuk melakukan praktik manajemen laba dibandingkan dengan perusahaan kecil, oleh karena itu perusahaan besar akan menghindari kenaikan laba secara drastis supaya terhindar dari kenaikan pembebanan biaya oleh pemerintah.

Sebaliknya penurunan laba secara drastis memberikan sinyal bahwa perusahaan dalam masa krisis. Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln).

2.1.7 Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris adalah jumlah anggota dewan komisaris yang berasal dari internal atau eksternal perusahaan. Dewan Komisaris ialah salah satu mekanisme yang banyak digunakan untuk memonitor manajer Menurut (Megawati, 2017). Dewan komisaris bertugas melakukan pengawasan dan memberikan masukan kepada dewan direksi perusahaan, dewan komisaris harus bertindak independen, jujur dan profesional. Tugas dewan komisaris dibantu oleh komite – komite. Dewan komisaris tidak memiliki otoritas langsung terhadap perusahaan. Fungsi utama dari dewan komisaris adalah mengawasi kelengkapan dan kualitas informasi laporan atas kinerja dewan direksi. Karena itu, posisi dewan komisaris sangat penting dalam menjembatani kepentingan *principal* dalam sebuah perusahaan.

Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah mengendalikan *Chief Executive Officer* (CEO) dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dengan demikian, semakin besar dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO untuk mengungkapkan informasi sosial perusahaan.

2.1.8 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pandangan baru tanggung jawab sosial pada dasarnya merupakan bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya, terhadap dampak yang terjadi dan akibat kegiatan operasional perusahaan. Selain

menghasilkan laba, perusahaan wajib membantu memecahkan masalah-masalah sosial terkait atau tidak perusahaan ikut menciptakan masalah tersebut bahkan jika disana tidak mungkin terdapat potensi keuntungan jangka pendek atau jangka panjang. Konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para stakeholders yang terkait atau terkena dampak dari eksistensi perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*.

Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholdernya* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholdernya*, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain. Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakumulasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan (CSR) dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut:

1. *Basic responsibility* (BR) Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti; perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.
2. *Organization responsibility* (OR) Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholder* seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat di sekitarnya.
3. *Societal responses* (SR) Pada level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

2.1.9 Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berhasil menurut Pearce II dan Robinson (2008: 92) sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi misi jangka panjang yang tahan lama

Perusahaan memberikan kontribusi sosial terbesar jika mengidentifikasi tantangan kebijakan yang penting dan berlangsung lama serta berpartisipasi pada solusinya dalam jangka panjang.

b. Mengkontribusikan yang telah dilakukan

Perusahaan memaksimalkan manfaat dan kontribusi perusahaannya jika perusahaan itu dapat meningkatkan kemampuan inti serta mengkontribusikan produk dan jasa yang didasarkan pada keahlian yang digunakan dalam atau yang dihasilkan dari operasi normalnya.

c. Mengkontribusikan jasa khusus berskala besar

Perusahaan memiliki dampak sosial terbesar ketika perusahaan memberikan kontribusi khusus kepada usaha koperasi berskala besar.

d. Menimbang pengaruh pemerintah

Dukungan pemerintah bagi partisipasi perusahaan dalam CSR atau paling tidak kerelaannya untuk menghilangkan hambatan sehingga dapat memberikan pengaruh positif yang penting. Perusahaan memperoleh manfaat terbesar dari kontribusi sosialnya jika memberikan harga pada total paket manfaat. Penilaian ini sebaiknya mencakup kontribusi sosial yang diberikan maupun dampak reputasi yang memperkuat atau memperkaya posisi perusahaan di mata para konstituennya.

2.1.10 Indikator *Corporate Social Responsibility*

Pengukuran CSRDI dihitung dengan Komponen *Corporate Social Responsibility* menurut Edy Rismanda Sembiring 2005 sebagai berikut:

a) Lingkungan

- 1) Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk mengurangi polusi.
 - 2) Operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi.
 - 3) Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi. Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengelolaan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi.
 - 4) Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas.
 - 5) Penggunaan material daur ulang.
 - 6) Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan.
 - 7) Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.
 - 8) Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.
 - 9) Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah.
 - 10) Pengelolaan limbah.
 - 11) Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan.
 - 12) Perlindungan lingkungan hidup.
- b) Energi
- 1) Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi.
 - 2) Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.
 - 3) Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.

- 4) Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.
- 5) Peningkatan efisiensi energi dan produk.
- 6) Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk.
- 7) Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.

c) Kesehatan dan Keselamatan Kerja

- 1) Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja.
- 2) Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental.
- 3) Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja.
- 4) Mentaati peraturan standar kesehatan dengan keselamatan kerja.
- 5) Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.
- 6) Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.
- 7) Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja.
- 8) Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja.

d) Lain – lain Tentang Kerja

- 1) Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita orang cacat.
- 2) Mengungkapkan persentase jumlah tenaga kerja wanita orang cacat dalam tingkat manajerial.
- 3) Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita orang cacat dalam pekerjaan.
- 4) Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita orang cacat.
- 5) Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja.

- 6) Memberikan bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan.
- 7) Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.
- 8) Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan.
- 9) Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan.
- 10) Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi.
- 11) Pengungkapan persentase gaji untuk pensiun.
- 12) Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan.
- 13) Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan.
- 14) Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada.
- 15) Mengungkapkan disposisi staff dimana staff ditempatkan.
- 16) Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka.
- 17) Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misalnya penjualan per tenaga kerja.
- 18) Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
- 19) Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja.
- 20) Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
- 21) Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan keputusan dan motivasi kerja.
- 22) Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan.
- 23) Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah.

- 24) Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh.
- 25) Melaporkan gangguan dan aksitenaga kerja.
- 26) Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan.
- 27) Peningkatan kondisi kerja secara umum.
- 28) Informasi reorganisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja.
- 29) Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja.

e) Produk

- 1) Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasan.
- 2) Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk.
- 3) Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk.
- 4) Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan.
- 5) Membuat produk lebih aman untuk konsumen.
- 6) Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan.
- 7) Pengungkapan peningkatan kebersihan kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk.
- 8) Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan.
- 9) Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan.
- 10) Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misalnya, ISO 9000).

f) Keterlibatan Masyarakat

- 1) H Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan, dan seni.
- 2) Tenaga kerja paruh waktu part-time employment dari mahasiswa pelajar.
- 3) Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat.
- 4) Membantu riset media.
- 5) Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni.
- 6) Membiayai program beasiswa.
- 7) Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat.
- 8) Mensponsori kampanye nasional.
- 9) Mendukung pengembangan industri lokal.

g) Umum

- 1) Pengungkapan tujuan. Kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.
- 2) Informasi hubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebut di atas.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mendukung penelitian pada saat ini. Berikut uraian penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan CSR:

1). Lampung, (2022).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dengan pendekatan *islamic social reporting* pada bank umum syariah tahun 2016-2020". Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan. Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah indeks ISR. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi dan studi literatur. Pengambilan sampel data menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan teknis analisis yang digunakan yakni analisis data statistik, uji asumsi klasik, analisis regresi data panel dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Likuiditas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2). Pratama, (2022).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas dan pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*". Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas dan pertumbuhan perusahaan serta variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive*

sampling. Metode pengujian hipotesis dengan regresi linear berganda. Dari pengujian yang dilakukan, ditemukan bahwa, likuiditas dan pertumbuhan perusahaan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Secara simultan keempat variabel tersebut berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

3). Immanuela, (2021).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*". Variabel independen yang digunakan adalah ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *leverage*. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan ukuran dewan komisaris dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

4). Ali, (2021).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*". Variabel independen dalam penelitian ini adalah

profitabilitas, likuiditas, *leverage* dan ukuran perusahaan serta variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Teknik pengambilan Sampel pada penelitian ini menggunakan *sampling* jenuh yakni seluruh populasi digunakan menjadi sampel. Metode analisis data pada penelitian ini meliputi statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedasitas, analisis regresi linear berganda, uji simultan dan uji parsial. Hasil analisis regresi linear berganda yang dilihat dari Uji T menunjukkan variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, variabel Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, variabel *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR.

5). Ningrum, (2021).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan *size* terhadap *corporate social responsibility disclosure*". Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, likuiditas, dan *size* serta variabel dependen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility disclosure*. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan pengujian asumsi klasik serta pengujian hipotesis dengan model regresi linear berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa profitabilitas dan *size* secara parsial

mempengaruhi pengungkapan CSR dengan positif sementara likuiditas tidak berpengaruh.

6). Aulia dan Aini, (2021).

Dalam penelitian yang berjudul "faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*". Variabel independen dalam penelitian ini adalah umur perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial dan ukuran dewan komisaris serta variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dan kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

7). Lestari, (2021).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan usia perusahaan terhadap *corporate social responsibility* dengan *leverage* sebagai variabel kontrol". Penelitian ini melakukan analisis regresi berganda dan mendapatkan hasil variabel profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil yang sama untuk variabel ukuran perusahaan dan usia perusahaan

yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan untuk variabel kontrol atau *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

8). Herdi dan Erinos, (2020).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan komposisi dewan komisaris independen terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*". Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, dan komposisi dewan komisaris independen dan variabel dependen dari penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan data yang digunakan adalah data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR, *leverage* berpengaruh negatif terhadap CSR, dan komposisi dewan komisaris independen berpengaruh negatif terhadap CSR.

9). Romadhona, (2020).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, likuiditas dan kepemilikan institusional terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa

laporan tahunan dan laporan keuangan yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI). Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif, variabel *leverage* tidak berpengaruh, variabel profitabilitas tidak berpengaruh, variabel likuiditas tidak berpengaruh dan variabel kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

10). Widyanto dan Rahmah, (2020).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh kinerja lingkungan dan kinerja keuangan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur". Variabel independen dalam penelitian ini adalah kinerja lingkungan, profitabilitas, *leverage* dan likuiditas serta variabel dependen dalam penelitian ini adalah CSR. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan Teknik analisis yang yang digunakan pada ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini adalah kinerja lingkungan berpengaruh positif, Profitabilitas berpengaruh negatif, *Leverage* berpengaruh negatif, Likuiditas berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*.

11). Ariawan dan Budiasih, (2020).

Dalam penelitian yang berjudul "faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kepemilikan manajerial, tingkat *leverage*,

profitabilitas, dan tipe industri serta variabel dependen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* (CSR). Sampel dipilih menggunakan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR. Tingkat *leverage* berpengaruh negatif pada pengungkapan CSR. Profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan CSR. Tipe industri tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR.

12). Yovana dan Kadir, (2020).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* serta variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Berganda (*Multiple Regression Analysis*). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif, *leverage* berpengaruh negatif, sedangkan pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

13). Kurniawan (2020).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas, dan *risk minimization* untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan". Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas, dan *risk minimization* serta variabel dependen dalam penelitian ini adalah tanggung jawab sosial perusahaan. Sampel diambil dengan menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil analisis data menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh, ukuran perusahaan tidak berpengaruh, likuiditas tidak berpengaruh dan *risk minimization* tidak berpengaruh pada CSR perusahaan.

14). Sugeng, (2020).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (studi empiris pada perusahaan pertambangan yang *go public* tahun 2016-2018 di bursa efek indonesia)". Variabel independen penelitian ini adalah ukuran perusahaan, *leverage*, dewan komisaris, dan profitabilitas sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menghasilkan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh signifikan

terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

15). Ismainingtyas, Suryono dan Wahidahwati, (2019).

Dalam penelitian yang berjudul "faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*". Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *good corporate governance* yang terdiri dari ukuran dewan komisaris, komite audit, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, media *exposure*, kinerja lingkungan, rasio keuangan yang terdiri dari *leverage*, *size*, profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS *Statistic 22*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media *exposure* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan ukuran dewan komisaris, komite audit, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, kinerja lingkungan, *leverage* dan *size*, tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

16). Fahmi, (2019).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI". Penelitian ini menggunakan

metode kuantitatif dan teknik analisis regresi linier berganda, uji F, uji t dan koefisien determinasi. Kesimpulannya menunjukkan bahwa hasil penelitian secara parsial profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *consumer goods* sedangkan ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di perusahaan *consumer goods*.

17). Arita dan Mukhtar, (2019).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh profitabilitas, *leverage* dan likuiditas terhadap *corporate social responsibility* (CSR)". Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage* dan likuiditas serta variabel dependen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif, likuiditas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR

18). Susilowati et al., (2019).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, tipe industri, dan ukuran dewan komisaris terhadap CSR". Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, tipe industri, dan ukuran dewan komisaris sedangkan variabel dependen dari penelitian ini *corporate social responsibility disclosure*. Penelitian ini menggunakan

teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh, profitabilitas tidak berpengaruh, *leverage* berpengaruh negatif, tipe industri berpengaruh positif, ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

19). Fauziah dan Asyik, (2019).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*". Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris serta variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh, likuiditas berpengaruh positif, *leverage* tidak berpengaruh, ukuran perusahaan berpengaruh positif, variabel ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

20). Mulyani dan Hermanto, (2018).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh profitabilitas, *leverage*, profil perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR". Sampel menggunakan metode *purposive sampling* terhadap data yang

terdapat di bursa efek Indonesia. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Profil perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

21). Warda dan Widyawati (2018).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh profitabilitas yang diproksikan dengan ROE, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*". Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* serta variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis dari penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang diproksikan oleh ROE berpengaruh positif, ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif dan *leverage* berpengaruh negatif.

22). Aini (2018).

Dalam penelitian yang berjudul "pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)". Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hasil uji model F dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil uji koefisien regresi t menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan variabel *leverage*, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan penelitian diatas maka penelitian ini memiliki kesamaan yaitu meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* dan terdapat perbedaan yang signifikan dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Pertama, pada penelitian ini populasi dan sampel yang digunakan adalah sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Kedua, penelitian ini menggunakan variabel independen profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris. Dan menggunakan variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*.