

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan perekonomian saat ini semakin meningkat upaya berbagai perusahaan untuk mengembangkan usahanya. Suatu perusahaan pada umumnya berusaha mencapai tujuannya dalam jangka panjang misalnya meningkatkan laba perusahaan dan mensejahterakan pemegang saham, maupun tujuan jangka pendek dalam hal memaksimalkan laba perusahaan dengan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Perusahaan pada umumnya hanya berfokus pada mendapatkan laba tanpa memperhatikan dampak yang muncul akibat kegiatan usahanya, terutama dampak pada lingkungan sekitar (Fauziah dan Asyik, 2019).

Pada Bursa Efek Indonesia, terdapat berbagai sektor perusahaan, salah satunya sektor manufaktur. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang kegiatannya membeli bahan baku kemudian mengolah bahan baku dengan mengeluarkan biaya-biaya lain sehingga menjadi barang jadi yang siap dijual. Industri manufaktur ini merupakan industri sekunder karena industri ini mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi, yang mana hal ini tentunya akan menghasilkan residu dalam proses produksinya sehingga diperlukannya adanya regulasi dan pengawasan khusus mengenai residu yang ditimbulkan oleh industri ini. Terdapat masalah utama yang sering ditimbulkan oleh industri manufaktur adalah masih banyaknya limbah jenis B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun) yang dibuang secara sembarangan ke lingkungan yang dapat mengakibatkan kerusakan bagi ekosistem di sekitarnya

jika tidak dilakukan proses pengolahan lebih lanjut (Oktariani dan Mimba, 2014).

Pemerintah melalui Departemen Kesehatan, Departemen Perindustrian dan Departemen Tenaga Kerja telah mengeluarkan regulasi tentang pengelolaan Bahan Berbahaya dan Beracun (B3) untuk lingkungan industri dan atau kegiatan usaha lainnya dengan Peraturan Pemerintah (PP). Perseroan Terbatas No. 40 Pasal 74 Tahun 2007. Pasal 1 berbunyi, Perseroan menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Otoritas Jasa Keuangan, 2016) Pemerintah melalui PP No.74 tahun 2001, Departemen Kesehatan RI melalui keputusan Menteri Kesehatan No.453/Menkes/PER/XI/1983, Departemen Perindustrian melalui SK Menprind No.148/M/SK/4/1985 serta Departemen Tenaga Kerja melalui keputusan Menteri Tenaga Kerja No.187/1999 telah mengklasifikasikan mengenai jenis limbah B3 dan memberikan arahan serta pengelolaannya dengan harapan perusahaan dapat mematuhi dan melaksanakan kewajiban sosialnya terhadap lingkungan sekitar (indok3ll.com, 2019).

Terdapat banyak kasus-kasus pencemaran lingkungan akibat aktivitas industri yang mempunyai dampak negatif yang dirasakan oleh masyarakat sekitar salah satunya yaitu kasus yang terjadi pada perusahaan PT. Kimu Sukses Abadi (KSA) yang berada di Kampung Rawa Citra, Kelurahan Telaga Asih, Kecamatan Cikarang Barat. Perusahaan tersebut bergerak di bidang percetakan yang memproduksi karton box dan plastik box yang diduga telah membuang limbah B3 berupa kemasan bekas tinta B321-4 di area terbuka di halaman

perusahaan ke saluran drainase di sekitar pabrik. Pembuangan limbah tersebut memasuki saluran-saluran drainase masyarakat sekitar hingga mengalir ke sungai dan menjadi salah satu yang mencemari limbah ke Kali Sadang. Setelah diinspeksi lebih lanjut oleh Dinas Lingkungan Hidup Kota Bekasi, kata dia, PT KSA ternyata tidak mengantongi izin pengelolaan limbah. Tak hanya itu, sarana dan prasarana perusahaan juga tak memadai untuk operasional (news.detik.com, 2022)

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial, dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang mengelola/memiliki dampak terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan (Yurdila et al., 2019). Semenjak diterapkannya Undang-undang tersebut satu demi satu perusahaan perseroan terbatas di Indonesia mulai mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan tahunan, khususnya perusahaan yang bidang usahanya berkaitan dengan lingkungan. Selain itu, pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup secara khusus berupaya untuk mengawasi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan melalui Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) (Setyaningsih dan Asyik, 2016).

Dari salah satu kasus diatas dapat dilihat bahwa seharusnya perusahaan tidak hanya mementingkan keuntungan saja tanpa memperhatikan kepentingan *stakeholder*. Tindakan yang kurang terpuji itu akan berimbas ke citra

perusahaan itu sendiri. Perusahaan dalam melakukan operasi bisnisnya, banyak yang menimbulkan pencemaran bagi lingkungan serta dapat menimbulkan penyakit bagi masyarakat di lingkungan tersebut. Perusahaan harus melakukan pengelolaan atas dampak negatif yang ditimbulkan oleh operasi perusahaan. Banyaknya kasus pencemaran lingkungan yang sangat penting untuk diperhatikan berkembanglah ilmu akuntansi yang tidak hanya memberikan informasi tentang pengungkapan informasi kegiatan perusahaan dengan pihak ketiga melainkan juga dengan lingkungannya (Wulandari dan Zulhaimi, 2017)

Kondisi kesehatan perusahaan perlu untuk diketahui dengan cara mengamati dan mencermati baik atau buruknya rasio keuangan setiap tahunnya, serta diukur melalui laporan keuangan. Setelah itu dapat diketahui kondisi perusahaan saat ini apakah dalam keadaan sehat atau tidak (Jalaludin et al. 2022). Menurut Utami et al. (2019), bahwa dalam mengimplementasi usahanya, pihak investor tidak hanya mementingkan keuntungan semata bagi dirinya sendiri (*profit oriented*), tetapi juga harus berkewajiban memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Pada saat ini tanggung jawab sosial dan lingkungan menjadi sebuah tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan untuk bisa bertahan menjalankan operasi.

CSR merupakan sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi mereka dan dalam interaksi mereka dengan pemangku *stakeholder* berdasarkan prinsip kesukarelawanan dan kemitraan. Apabila program CSR ini dapat dikembangkan dengan baik, maka hal ini akan berdampak pada *brand awareness* yang dapat menciptakan keuntungan bagi suatu perusahaan (Sadewo dan Sitohang, 2020). Menurut

Istifaroh dan Subardjo (2017), pengungkapan CSR bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholder* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan CSR.

CSR muncul akibat adanya modernisasi masyarakat mengenai aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan dapat membawa dampak negatif bagi lingkungan. Pedoman yang dapat dijadikan landasan perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya bahwa perusahaan tidak hanya sebagai entitas yang mementingkan dirinya sendiri untuk memperoleh keuntungan, namun perusahaan merupakan entitas yang wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. CSR tidak hanya tentang keberlangsungan hidup dan kelestarian alam, namun juga kesejahteraan para pekerja, masyarakat, dan komunitas secara luas, serta kenyamanan dan keamanan produk atau jasa (Dewi et al. 2021). Terdapat faktor yang mempengaruhi terjadinya pelaksanaan CSR yaitu kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan dalam penelitian ini diukur dengan rasio profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, aktivitas, dan pertumbuhan perusahaan.

Menurut Kasmir (2015), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas ini merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Maka dari itu, dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka pengungkapan CSR akan cenderung semakin besar. Rasio profitabilitas ini dapat diukur dengan dengan *Return on Asset* (ROA).

ROA merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Pada kenyataannya perusahaan kadang kala mengalami ketidakmampuan dalam meningkatkan nilai ROA yang mengakibatkan turunnya harga saham. Dan menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap CSR (Prasetyo dan Widiasmara, 2019). Selain itu, menurut Purba dan Candradewi (2019) menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan CSR pada perusahaan manufaktur. Utami et al. (2019) dan Prasetyo dan Widiasmara (2019), menyatakan bahwa ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.

Adapun faktor lainnya yang mempengaruhi CSR yaitu likuiditas. Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar hutang jangka pendeknya (Irhami dan Diana, 2020). Rasio inilah yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Jika perusahaan mampu memenuhi kewajibannya berarti perusahaan tersebut likuid, sedangkan jika perusahaan tidak mampu memenuhi kewajibannya berarti perusahaan tersebut tidak likuid. Likuiditas dapat dihitung melalui sumber informasi tentang modal kerja yaitu pospos aktiva lancar dan hutang lancar (Sekarwigati dan Effendi, 2019). Pengukuran likuiditas yang digunakan terdiri dari rasio lancar (*current ratio*) dan rasio cepat (*quick ratio*). Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mudjiyanti (2017) mendapatkan hasil bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap CSR. Hasil yang berlawanan didapatkan oleh Wasito et al. (2016)

serta Sadewo dan Sitohang (2020) memperoleh hasil bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap CSR.

Dalam menjalankan operasi suatu perusahaan memiliki berbagai kebutuhan, terutama yang berkaitan dengan dana agar perusahaan dapat berjalan sebagaimana mestinya. Dana selalu dibutuhkan untuk menutupi seluruh atau sebagian biaya yang diperlukan, baik dana jangka pendek maupun jangka panjang (Dewi dan Budiasih, 2021). Mengingat penggunaan salah satu dari dana tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan, maka dari itu perlu dilakukannya kombinasi dari masing-masing jumlah sumber dana. Kombinasi dari penggunaan dana dikenal dengan nama rasio penggunaan dana pinjaman atau utang yang dikenal dengan nama rasio solvabilitas atau rasio *leverage* (Arif dan Wawo, 2016). Rasio ini sangat penting bagi *stakeholder* untuk mengukur resiko dalam berinvestasi, serta menjadi pendorong peningkatan kinerja keuangan ataupun kegiatan perusahaan lainnya seperti CSR. Wasito et al. (2016), menunjukkan solvabilitas mempunyai hubungan positif signifikan pada pengungkapan CSR. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Sadewo dan Sitohang (2020) serta Pradnyani dan Sisdyani (2015), menunjukkan hubungan solvabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Faktor selanjutnya yang berpengaruh terhadap CSR yaitu aktivitas. Rasio aktivitas adalah rasio yang mengukur seberapa efektif perusahaan dalam memanfaatkan semua sumber daya yang ada padanya. Semua rasio aktivitas ini melibatkan perbandingan antara tingkat penjualan dari investasi pada berbagai jenis aktiva. Rasio-rasio aktivitas menganggap bahwa sebaiknya terdapat keseimbangan yang layak antara penjualan dan beragam unsur aktiva misalnya

persediaan, aktiva tetap dan aktiva lainnya. Penggunaan rasio aktivitas ini dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat penjualan dengan investasi dalam aktiva untuk satu periode. Artinya, diharapkan adanya keseimbangan seperti yang diinginkan antara penjualan dengan aktiva tetap lainnya. Kemampuan manajemen untuk menggunakan dan mengoptimalkan aktiva yang dimiliki merupakan tujuan utama rasio ini (Yovana dan Kadir, 2020). Menurut Utami et al. (2019) dan Yuliarni dan Kurniawati (2018) besar kecilnya tingkat *Inventory Turn Over* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil yang berlawanan didapatkan oleh Yovana dan Kadir (2020), memperoleh hasil bahwa *Inventory Turn Over* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor terakhir yang berpengaruh terhadap CSR yaitu pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi akan mampu mengalokasikan biaya lebih tinggi pula untuk kegiatan CSR, sehingga pengungkapannya akan semakin baik (Fauziah dan Asyik, 2019). Pengungkapan informasi CSR ini diharapkan dapat memenuhi harapan masyarakat serta *stakeholder* lainnya bahwa dengan keadaan ekonomi yang baik, perusahaan dapat mengalokasikan biaya yang lebih besar untuk tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam menghadapi era globalisasi, keberlangsungan perusahaan menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Persaingan yang semakin ketat antar perusahaan saat ini, mengharuskan perusahaan harus bekerja lebih keras agar para investor tertarik terhadap perusahaan yang mempunyai laba yang maksimal. Tetapi banyak

perusahaan yang menyampingkan kewajibannya untuk menjaga lingkungan di sekitar perusahaan. Dengan banyaknya perusahaan, lingkungan di sekitar perusahaan juga mendapatkan imbas dari berdirinya perusahaan tersebut (Prasetyo dan Widiasmara, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Wigrhayani (2019) pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap CSR. Hasil yang berlawanan didapatkan oleh Prasetyo dan Widiasmara (2019) serta Yovana dan Kadir (2020), menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Puan Maharani mengatakan bahwa program tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR harus memberikan manfaat yang sistematis bagi masyarakat dan pembangunan sosial di Indonesia (news.detik.com, 2015). Indonesia merupakan negara yang terdiri dari perpaduan kebudayaan dan lingkungan yang mana pemerintah pun menyadari pentingnya untuk menjaga lingkungan demi kelangsungan hidup dari makhluk hidup itu sendiri. Perusahaan harus bisa menjaga hubungan dengan *stakeholders* terutama *stakeholders* yang memiliki ketersediaan sumber daya yang akan digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misalnya tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Mudjiyanti, 2017).

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menggunakan populasi perusahaan manufaktur yang merupakan perusahaan yang secara langsung dampak dari aktivitas kegiatannya berpengaruh langsung terhadap masyarakat sehingga penting bagi perusahaan untuk pengungkapan CSR untuk membangun citra yang baik bagi perusahaan di mata masyarakat dan lingkungan sekitar

perusahaan. Berdasarkan fenomena serta perbedaan dari peneliti terdahulu, maka motivasi penelitian ini akan memberikan bukti apakah ada atau tidak pada pengaruh profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, aktivitas, serta pertumbuhan perusahaan terhadap CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2022. Berdasarkan latar belakang tersebut maka judul penelitian ini yaitu **"Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2020-2022"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
- 2) Apakah likuiditas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
- 3) Apakah solvabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
- 4) Apakah aktivitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
- 5) Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh solvabilitas terhadap terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh aktivitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan baik secara teoritis maupun praktis adalah:

- 1) Manfaat Teoritis

Dalam dilakukannya penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoritis untuk menambah pengetahuan dalam bidang

akuntansi dengan melihat pengaruh kinerja keuangan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada suatu perusahaan khususnya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

2) Manfaat Praktis

1) Bagi Manajemen Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak manajemen mengenai pengaruh kinerja keuangan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga dapat dijadikan informasi tambahan dalam memajukan perusahaan.

2) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memacu minat dan keinginan untuk memahami tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan mengetahui manfaat dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

3) Bagi Lembaga/Universitas Mahasaraswati Denpasar

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi yang dapat membantu peneliti lain dalam meneliti dibidang atau masalah yang sama, serta menjadi salah satu informasi yang berguna bagi siapapun.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* adalah teori manajemen organisasi dan etika bisnis yang membahas moral dan nilai-nilai dalam mengelola suatu organisasi seperti yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan, ekonomi pasar dan lainnya (Yurdila et al., 2019). *Stakeholder* yang dimaksud adalah seluruh pihak internal maupun eksternal seperti pemegang saham, pemerintah, masyarakat sekitar lingkungan, lembaga di luar perusahaan, dan sebagainya yang bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan (Arif dan Wawo, 2016). Ada tiga asumsi yang mendasari teori *stakeholder*. Pertama, perusahaan harus dioperasikan tidak hanya untuk keuntungan finansial dari pemilik saham mereka, tetapi juga untuk memuaskan semua pemangku kepentingan. Kedua, manajer sama-sama bertanggung jawab kepada semua pemangku kepentingan, tidak hanya pemegang saham perusahaan, tetapi juga pemangku kepentingan perusahaan lainnya, seperti karyawan, pemerintah, komunitas lokal, pelanggan, dan pemasok. Ketiga, teori *stakeholder* didasarkan pada etika organisasi dan sangat terkait dengan CSR perusahaan (Yurdila et al., 2019).

Mengacu pada pengertian *stakeholder* diatas, maka dapat disimpulkan bahwa suatu aktivitas perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor dari luar dan dalam yang semuanya dapat disebut dengan *stakeholder*. Semakin kuat dukungan *stakeholdernya* semakin besar pula usaha untuk beradaptasi.

Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya (Sekarwigati dan Effendi, 2019).

Teori *stakeholder* digunakan untuk menjelaskan hubungan antara masyarakat dan perusahaan. Teori *stakeholder* memberikan fondasi bahwa sebuah perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi pemangku kepentingan dengan menerapkan program CSR. Strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR dengan harapan akan menghasilkan hubungan yang harmonis serta meningkatkan kesejahteraan bagi karyawan, pelanggan, dan masyarakat setempat (Dewi dan Budiasih, 2021).

Sehingga dapat disimpulkan teori *stakeholder* merupakan sebuah teori yang menerangkan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak hanya untuk dirinya sendiri, namun juga harus bertanggungjawab kepada pihak-pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh aktivitas operasional perusahaan. Sehingga sangat penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan agar perusahaan mendapatkan dukungan. Salah satu cara untuk mewujudkan perhatian perusahaan terhadap *stakeholder* adalah melalui aktivitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin operasi mereka berada dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat. Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat

(*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Legitimasi perusahaan dapat ditingkatkan melalui tanggung jawab sosial (Sekarwigati dan Effendi, 2019). Teori legitimasi merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Karena pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat (Indraswari dan Mimba, 2017). Teori legitimasi ini bergantung pada premis bahwa terdapat kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi. Kontrak sosial merupakan suatu cara untuk menjelaskan sejumlah besar harapan masyarakat tentang bagaimana seharusnya organisasi melaksanakan operasi (Irhami dan Diana, 2020).

Dalam teori legitimasi, organisasi harus secara berkelanjutan menunjukkan telah beroperasi dalam perilaku yang konsisten dengan nilai sosial. Hal ini seringkali dapat dicapai melalui pengungkapan (*disclosure*) dalam laporan perusahaan. Organisasi dapat menggunakan *disclosure* untuk mendemonstrasikan perhatian manajemen akan nilai sosial, atau untuk mengarahkan kembali perhatian komunitas akan keberadaan pengaruh negatif aktivitas organisasi (Rindawati dan Asyik, 2013). Teori legitimasi menyatakan bahwa entitas secara berkelanjutan mencoba untuk meyakinkan bahwa setiap aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan batas-batas dan norma masyarakat yang berlaku di tempat perusahaan itu beroperasi. Legitimasi dapat memberikan mekanisme yang kuat dalam

memahami pengungkapan sukarela untuk lingkungan dan sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dan pemahaman ini yang nantinya akan mengarah ke debat publik yang kritis, lebih jauh lagi teori legitimasi menunjukan kepada peneliti dan masyarakat luas jalan untuk lebih peka terhadap isi pengungkapan perusahaan (Yovana dan Kadir, 2020).

Teori legitimasi ini memiliki hubungan yang erat dengan pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR dilakukan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan. Teori legitimasi ini menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak atau kewajiban untuk menyesuaikan diri dengan masyarakat atau lingkungan sekitar dengan melakukan kegiatan operasional perusahaan yang sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku dimasyarakat dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat atau pembangunan kesejahteraan di tempat perusahaan beroperasi. Dengan kata lain, perusahaan yang semakin banyak mengungkapkan CSR maka akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan yaitu sebagai sarana mengambil simpati masyarakat dan media promosi disamping pembangunan kesejahteraan dan sosial masyarakat sebagai tujuan utama (Purba dan Candradewi, 2019).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa teori legitimasi merupakan sebuah teori yang menekankan perusahaan harus terus menerus mencoba untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat agar keberadaannya diterima dan diakui oleh masyarakat sekitar. Legitimasi ini sangat penting untuk menjaga keberlanjutan operasional perusahaan ditengah ketatnya persaingan.

Peusahaan dapat melakukan dan mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* (CSR) sebagai salah satu cara untuk mendapatkan dan mempertahankan legitimasinya.

Berdasarkan kajian tentang teori *stakeholder* dan teori legitimasi, dapat disimpulkan bahwa kedua teori tersebut memiliki penekanan yang berbeda tentang pihak-pihak yang dapat 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 mengungkapkan dan/atau tidak mengungkapkan suatu informasi di dalam laporan keuangan. Sedangkan teori legitimasi menempatkan persepsi dan pengakuan publik sebagai dorongan utama dalam melakukan pengungkapan suatu informasi di dalam laporan keuangan.

2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Penerapan CSR merupakan salah satu kewajiban dari perusahaan dalam rangka mengurangi dampak negatif dari kegiatan operasional perusahaan terhadap lingkungan. Menurut Arita et al. (2019), kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan citra perusahaan, dan menjaga nama baik perusahaan di mata investor dan analis keuangan. Banyak perusahaan kini mengembangkan apa yang disebut CSR. Pertanggungjawaban sosial perusahaan CSR adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan

stakeholder. Praktek secara sukarela tersebut yang dalam konteks bisnis hanya untuk mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan para *stakeholder* yang meliputi pengurangan dampak buruk pada lingkungan, keselamatan dan kenyamanan tempat bekerja yang dilihat dari sisi fisik dan psikologi khususnya hak dan kebebasan pekerja (Mudjiyanti, 2017). Konsep *Triple Bottom Lines* sering dijadikan dasar dalam penerapan *corporate social responsibility* dimana dalam konsep ini memiliki tiga fokus utama antara lain: *people, planet, profit* yang mana hal tersebut berkaitan dengan keberlangsungan suatu perusahaan yang tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga mensejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini (Yovana dan Kadir, 2020). CSR merupakan komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi dalam perkembangan ekonomi yang berkelanjutan kepada karyawan dan perwakilannya, komunitas lokal, dan masyarakat yang luas untuk meningkatkan kualitas hidup, melalui jalan bisnis dan perkembangan yang baik (Arita et al., 2019).

CSR menjadi sinyal yang diberikan pihak manajemen kepada seluruh *stakeholder* termasuk calon investor mengenai prospek perusahaan di masa depan serta menunjukkan nilai lebih yang dimiliki oleh perusahaan atas kepeduliannya terhadap dampak ekonomi, sosial dan lingkungan yang timbul dari aktivitas perusahaan tersebut (Lindawati dan Puspita, 2015).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan tanggungjawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan sekitar yang didasari oleh konsep *triple bottom line* yakni *planet, people, dan profit*. Perusahaan tidak hanya

befokus untuk mencari keuntungan, namun juga berkewajiban menjaga kelestarian lingkungan dan bertanggung jawab terhadap masyarakat sekitar.

2.1.4 Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Dikatakan perusahaan rentabilitasnya baik apabila mampu memenuhi target laba yang telah ditetapkan dengan menggunakan aktiva atau modal yang dimilikinya (Kasmir, 2015). Dengan menggunakan rasio ini, kita dapat mengetahui kelangsungan hidup perusahaan (*going concern*). Menurut Hery (2015), tujuan rasio profitabilitas diantaranya untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, membandingkan posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang, menilai pertumbuhan laba dari waktu ke waktu, mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset maupun dalam total ekuitas, serta mengukur margin laba kotor, laba operasional dan laba bersih atas penjualan. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan profitabilitas yaitu mengetahui besarnya laba yang diperoleh dari tahun ke tahun serta untuk mengetahui jumlah laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri serta dapat digunakan oleh investor sebagai tolak ukur penilaian terhadap suatu perusahaan (Arif dan Wawo, 2016). Pencapaian profitabilitas tidak sekedar terpacu dengan laba yang besar, tetapi juga bagaimana meningkatkan aktivitas manajemen dalam mengelola modal kerjanya. Laba yang besar menandakan perusahaan mempunyai kemampuan yang baik, sehingga mudah dalam memperoleh

kreditor maupun investor dan menunjukkan pertumbuhan perusahaan dimasa mendatang (Yurdila et al., 2019). Rasio profitabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu *return on asset* (ROA).

ROA digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Hasil ini dilakukan dengan membandingkan antara laba dengan total aktiva. Semakin besar ROA perusahaan, maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset (Jalaludin et al., 2022). Kelebihan dari penggunaan ROA sebagai rasio profitabilitas diantaranya yaitu (Sawarjuwono, 2012):

- 1) ROA merupakan alat pengukur prestasi manajemen yang sensitif terhadap setiap pengaruh keadaan keuangan perusahaan.
- 2) Sebagai tolak ukur manajemen dalam memanfaatkan *assets* yang dimiliki perusahaan untuk memperoleh laba.
- 3) Sebagai alat mengevaluasi atas penerapan kebijakan-kebijakan manajemen.

Maka dari itu dapat ditarik kesimpulan alasan ROA yang dipilih dalam penelitian ini adalah karena ROA bersifat menyeluruh dan dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana penanaman modal dapat memberikan pengembalian keuntungan berdasarkan asset yang dimiliki. Selain itu, rasio ini juga dapat digunakan untuk membandingkan hasil usaha yang diperoleh dari operasi perusahaan dengan total aktiva yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba atau profit dengan suatu ukuran dalam persentase untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba atau keuntungan.

2.1.5 Likuiditas

Irhami dan Diana (2020), menyatakan bahwa rasio likuiditas yaitu rasio yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek. Rasio likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban finansial jangka pendeknya, seperti membayar gaji, utang yang jatuh tempo, biaya operasional, dan lainnya. rasio likuiditas ini bertujuan menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran keuangannya (K. A. Putri et al., 2019). Likuiditas yaitu suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan untuk melunasi seluruh kewajiban finansial jangka pendek saat jatuh tempo menggunakan aktiva lancar yang tersedia. Semakin tinggi angka rasio likuiditas akan semakin baik bagi investor. Perusahaan yang diminati investor adalah perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang cukup tinggi untuk standar perusahaan sejenisnya. Adapun tujuan dari pengukuran rasio likuiditas menurut Kasmir (2015) yaitu:

- 1) Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek. Artinya, kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai batas waktu yang ditetapkan.

- 2) Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan. Artinya, jumlah kewajiban yang berumur dibawah satu tahun atau sama dengan satu tahun, dibandingkan dengan total aktiva lancar.
- 3) Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan persediaan atau piutang. Artinya, aktiva lancar dikurangi sediaan dan utang yang dianggap likuiditasnya lebih rendah.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa rasio likuiditas ini merupakan alat ukur perusahaan untuk mengetahui apakah perusahaan dapat melunasi kewajiban jangka pendek atau tidak. Perusahaan yang mampu melunasi kewajibannya, dapat dikatakan perusahaan tersebut likuid (posisi aktiva dengan kas yang cukup). Rasio likuiditas dalam penelitian ini diukur dengan *Current Ratio* (CR). Rasio ini menunjukkan perbandingan asset lancar dengan kewajiban lancar. Semakin tinggi maka artinya semakin baik likuiditasnya (Sadewo dan Sitohang, 2020).

Rasio lancar merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih (Kasmir, 2015). Rasio ini sering digunakan untuk menganalisa posisi modal kerja perusahaan. Adapun yang termasuk aktiva lancar yaitu kas, bank, surat-surat berharga, piutang, persediaan dan aktiva lancar lainnya. Sedangkan hutang lancar mencakup hutang dagang, hutang wesel, hutang bank, hutang gaji, dan hutang lainnya yang harus dilunasi (Kasmir, 2015). Utami et al. (2019), menyatakan apabila *Current*

Ratio ini rendah, maka perusahaan dikatakan kurang dana untuk melunasi hutang, tetapi apabila hasil pengukuran rasio tinggi, belum tentu keadaan perusahaan sedang baik. Adapun alasan dipilihnya rasio *Current Ratio* (CR) dalam penelitian ini yaitu karena rasio lancar yang tinggi dianggap mampu melunasi kewajiban jangka pendek, penyangga kerugian dan cadangan dana lancar. Rasio lancar ini juga menggambarkan sejauh mana kewajiban lancar ditutupi oleh asset yang diharapkan dapat diubah menjadi kas dalam waktu dekat.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa likuiditas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek yang dimilikinya pada saat jatuh tempo. Perhitungan likuiditas akan menghasilkan gambaran kemampuan suatu bisnis atau perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajiban yang harus segera dilunasi dalam waktu yang singkat.

2.1.6 Solvabilitas

Rasio solvabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun panjang. Seberapa efektif sebuah perusahaan menggunakan sumber daya yang dimiliki seperti piutang, modal, maupun aktiva. Menurut Kasmir (2015) “Rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya, berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktiva. Suatu perusahaan dikatakan *solvable* apabila perusahaan tersebut mempunyai aktiva atau kekayaan yang cukup untuk membayar semua utang-utangnya, sebaliknya apabila jumlah aktiva tidak cukup atau lebih kecil daripada jumlah

utangnya, berarti perusahaan tersebut dalam keadaan *insolvable*. Perusahaan yang memiliki nilai solvabilitas yang tinggi akan memiliki kemungkinan untuk memperoleh kinerja perusahaan yang baik pula (Hery, 2015). Adapun tujuan dari penggunaan rasio solvabilitas bagi perusahaan adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
- 2) Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (angsuran pinjaman).
- 3) Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
- 4) Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.

Wasito et al. (2016), menyatakan pada dasarnya dengan menggunakan rasio solvabilitas, sebuah perusahaan akan mengetahui beberapa hal yang berkaitan dengan penggunaan modal sendiri ataupun modal pinjaman serta mengetahui rasio kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya. Dalam penelitian ini, rasio yang digunakan yaitu *Debt to Assets Ratio*. *Debt to Assets Ratio* ini merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa solvabilitas adalah rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi semua kewajiban baik yang berupa utang jangka pendek ataupun utang jangka panjangnya. Kemampuan perusahaan dalam melakukan pelunasan pada semua hutang

dengan menggunakan seluruh aset yang dimiliki merupakan informasi yang diperoleh dalam pertitungan rasio solvabilitas perusahaan.

2.1.7 Aktivitas

Menurut Kasmir (2015), rasio aktivitas (*activity ratio*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas atau efisiensi perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya. Rasio aktivitas ini juga digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari misalnya dalam hal untuk mengukur rata-rata sediaan tersimpan di gudang, perputaran modal kerja, perputaran aktiva tetap dalam satu periode, penggunaan seluruh aktiva terhadap penjualan dan rasio lainnya. Penggunaan rasio aktivitas adalah dengan cara membandingkan antara tingkat penjualan dengan investasi dalam aktiva untuk satu periode. Artinya diharapkan adanya keseimbangan seperti yang diinginkan antara penjualan dengan aktiva seperti sediaan, piutang dan aktiva tetap lainnya. Kemampuan manajemen untuk menggunakan dan mengoptimalkan aktiva yang dimiliki merupakan tujuan utama rasio ini. Untuk mengukur tingkat penggunaan aktiva atau kekayaan perusahaan yaitu dapat dilakukan dengan cara melihat beberapa asset kemudian menentukan berapa tingkat aktivitas pada aktiva-aktiva pada kegiatan tertentu. Setelah itu, kita akan mengetahui aktiva mana yang produktif dan aktiva mana yang kurang produktif. Sehingga selanjutnya kita dapat memutuskan alokasi dana yang yang lebih besar untuk aktiva yang produktif (Yovana dan Kadir, 2020).

Adapun rasio yang digunakan dalam penelitian ini yaitu rasio perputaran aktiva tetap. Yuliarni & Kurniawati (2018), menyatakan rasio ini

mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan penjualan dengan aktiva tetap yang dimilikinya. Semakin besar perputaran rasionya, maka semakin baik untuk perusahaan. Rasio ini cukup penting bagi industri yang memiliki aktiva tetap yang tinggi. Sedangkan untuk industri dengan aktiva yang kecil seperti perusahaan jasa, menjadi tidak terlalu penting.

Menurut Kasmir (2015) Rasio aktivitas ini memberikan banyak manfaat bagi kepentingan perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan, untuk masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Adapun tujuan dan manfaat yang hendak dicapai oleh suatu perusahaan dalam penggunaan rasio ini yaitu:

- 1) Untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode.
- 2) Untuk menghitung hari rata-rata sediaan tersimpan dalam gudang.
- 3) Untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap itu berputar dalam satu periode.
- 4) Untuk mengukur penggunaan semua aktiva perusahaan dibandingkan dengan penjualan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan dalam menakar dan menilai kemampuan perusahaan dalam menggunakan asetnya atau memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya baik dalam bidang penjualan, penagihan piutang, dan bidang lainnya.

2.1.8 Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan (*growth*) merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. *Growth* menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama (Kasmir, 2015). Pertumbuhan perusahaan dapat menunjukkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan ini diharapkan dapat memberikan aspek positif kepada pihak internal maupun eksternal perusahaan. Tingkat pertumbuhan perusahaan merupakan ukuran seberapa cepat atau lambat pertumbuhan aset yang dialami oleh suatu perusahaan (Mudjiyanti, 2017). Perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi akan mendapat sorotan sehingga diprediksi perusahaan tersebut mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi. Jadi, semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan, semakin luas pengungkapan informasi *corporate social responsibility* untuk menarik minat para investor. Tingkat pertumbuhan perusahaan juga dapat diartikan sebagai peningkatan atau penurunan total aset perusahaan (Yovana dan Kadir, 2020).

Pertumbuhan aset menggambarkan pertumbuhan aktiva perusahaan yang akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan yang meyakini bahwa presentase perubahan total aktiva merupakan indikator yang lebih baik dalam mengukur *growth* perusahaan. Kegiatan ekonomi yang terjamin menjadi suatu harapan *stakeholders*, perusahaan tentu meningkatkan aktivitas sosial lingkungan dengan melakukan pengungkapan lebih banyak. Hal tersebut perusahaan mampu menghadapi persaingan dan respon positif *stakeholders*

dan pemangku kepentingan lainnya sesuai dengan pertumbuhan perusahaan (Indraswari dan Mimba, 2017).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan menggambarkan perkembangan perusahaan dari satu periode ke periode lainnya. Informasi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya akan diperoleh ketika melakukan perhitungan rasio pertumbuhan.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Rindawati dan Asyik (2013) dengan menggunakan variabel bebas yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* dan kepemilikan publik. Variabel terikatnya yaitu CSR. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. Sedangkan ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh positif terhadap CSR. Kepemilikan publik tidak berpengaruh negatif CSR. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Rindawati dan Asyik (2013) yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan variabel CSR. Perbedaan dengan penelitian tersebut adalah penelitian ini mengganti variabel ukuran perusahaan dan kepemilikan publik dengan variabel likuiditas, aktivitas dan pertumbuhan perusahaan. Perbedaan lainnya adalah periode penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Aini (2015) dengan menggunakan variabel bebas yaitu kepemilikan saham publik, *leverage*, likuiditas, profitabilitas, dan pertumbuhan perusahaan. Sedangkan variabel terikatnya

yaitu CSR. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepemilikan saham publik, likuiditas, dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan *leverage* dan profitabilitas berpengaruh terhadap CSR. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini (2015) yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan variabel CSR. Perbedaan dengan penelitian tersebut adalah penelitian ini mengganti variabel kepemilikan saham publik dengan variabel aktivitas. Perbedaan lainnya adalah periode penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh Munsaidah et al. (2016) dengan menggunakan variabel bebas yaitu *firm size*, *age*, profitabilitas, *leverage* dan *growth*. Variabel terikatnya yaitu CSR. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *firm size*, profitabilitas dan *growth* berpengaruh positif terhadap CSR. Sedangkan *age* dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Munsaidah et al. (2016) yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan variabel CSR. Perbedaan dengan penelitian tersebut adalah penelitian ini mengganti variabel *firm size* dan *age* dengan variabel likuiditas dan aktivitas. Perbedaan lainnya adalah periode penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh Wasito et al. (2016) dengan menggunakan variabel bebas yaitu *corporate governance*, profitabilitas, likuiditas dan solvabilitas. Sedangkan variabel terikatnya yaitu CSR. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *corporate governance* dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR. Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. Serta solvabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap CSR. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Wasito et al. (2016) yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan variabel CSR. Perbedaan dengan penelitian tersebut adalah penelitian ini mengganti variabel *corporate governance* dengan variabel aktivitas dan pertumbuhan perusahaan. Perbedaan lainnya adalah periode penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Indraswari dan Mimba (2017) dengan menggunakan variabel bebas yaitu profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kapitalisasi pasar dan kepemilikan saham publik. Sedangkan variabel terikatnya yaitu CSR. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan kapitalisasi pasar dan kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap CSR. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Indraswari dan Mimba (2017) yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan variabel CSR. Perbedaan dengan penelitian tersebut adalah penelitian ini mengganti variabel kapitalisasi pasar dan kepemilikan saham publik dengan variabel likuiditas, aktivitas dan solvabilitas. Perbedaan lainnya adalah periode penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh Istifaroh dan Subardjo (2017) dengan menggunakan variabel bebas yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan

komisaris dan kinerja lingkungan. Sedangkan variabel terikatnya yaitu CSR. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa profitabilita, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap CSR. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Istifaroh dan Subardjo (2017), yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan variabel CSR. Perbedaan dengan penelitian tersebut adalah penelitian ini mengganti variabel ukuran dewan komisaris dan kinerja keuangan dengan variabel likuiditas, aktivitas dan pertumbuhan perusahaan. Perbedaan lainnya adalah periode penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh Utami et al. (2019) dengan menggunakan variable bebas yaitu *Return on Asset (ROA)*, *Nett Profit Margin (NPM)*, *Current Ratio (CR)*, *Debt Earning Ratio (DER)*, *Inventory Turnover*. Sedangkan variable terikatnya CSR. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ROA, CR DER tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. NPM, *Inventory Turnover* berpengaruh positif terhadap CSR. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami et al. (2019), yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan variabel CSR. Perbedaan dengan penelitian tersebut adalah penelitian ini mengganti variabel NPM dan DER dengan *Debt To Asset Ratio (DAR)* dan pertumbuhan perusahaan. Perbedaan lainnya adalah periode penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Widiasmara (2019) dengan menggunakan variable bebas yaitu *firm size*, profitabilitas, dan

pertumbuhan perusahaan. Sedangkan variable terikatnya yaitu CSR. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Teknik analisis regresi linear berganda. Adapun hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Firm Size* tidak berpengaruh terhadap CSR, Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA tidak berpengaruh terhadap CSR, dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Widiasmara (2019), yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan variabel CSR. Perbedaan dengan penelitian tersebut adalah penelitian ini mengganti variabel *firm size* dengan likuiditas, solvabilitas dan aktivitas. Perbedaan lainnya adalah periode penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Wigrhayani (2019) dengan menggunakan variabel bebas yaitu tipe industri, *growth*, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Sedangkan variabel terikatnya yaitu CSR. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis linear berganda. Teknik analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa tipe industri dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan *growth* dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Wigrhayani (2019), yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan variabel CSR. Perbedaan dengan penelitian tersebut adalah penelitian ini mengganti variabel tipe industri dan ukuran perusahaan dengan likuiditas, solvabilitas dan aktivitas. Perbedaan lainnya adalah periode penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh Yovana dan Kadir (2020) dengan menggunakan variable bebas ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan,

profitabilitas, dan *leverage*. Sedangkan variable terikatnya yaitu CSR. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan tentang CSR, *leverage* berpengaruh negative signifikan terhadap CSR, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Yovana dan Kadir (2020), yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan variabel CSR. Perbedaan dengan penelitian tersebut adalah penelitian ini mengganti variabel ukuran perusahaan dengan likuiditas dan aktivitas. Perbedaan lainnya adalah periode penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi et al. (2021) dengan menggunakan variabel bebas kepemilikan manajemen, kepemilikan saham publik, komite audit, profil perusahaan dan rasio aktivitas. Sedangkan variable terikatnya yaitu CSR. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap CSR, kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap CSR, komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, profil perusahaan dan aktivitas tidak berpengaruh terhadap CSR. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi et al. (2021), yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan variabel CSR. Perbedaan dengan penelitian tersebut adalah penelitian ini mengganti variabel kepemilikan manajemen, kepemilikan saham publik, komite audit, profil perusahaan dengan profitabilitas, likuiditas, solvabilitas dan pertumbuhan perusahaan. Perbedaan lainnya adalah periode penelitian.