

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya, perkembangan bisnis yang semakin terkini mewajibkan suatu perusahaan untuk bersaing di dalam mempertahankan bisnis, perusahaan diwajibkan mempunyai manajemen yang tangguh serta profesional supaya bisa bertahan dan berkembang, dimana di dalam suatu bisnis, perusahaan hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya tanpa memperhatikan akibat yang timbul dalam aktivitas bisnis kini sudah tidak bisa diterima lagi, sebab perkembangan dunia bisnis mewajibkan perusahaan untuk meningkatkan kepeduliannya terhadap lingkungan sosial. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen serta pemilik modal (investor serta kreditor) namun juga karyawan, konsumen, masyarakat serta lingkungan (Purnasiwi, 2011).

Corporate Social Responsibility menjadi alasan suatu perusahaan untuk melakukannya diantaranya untuk mentaati peraturan yang telah ada. Hal ini ditunjukkan adanya UU No. 40 Tahun 2007 yang diberlakukan pada tanggal 16 Agustus 2007. Undang-Undang ini mewajibkan suatu perusahaan yang melakukan aktivitas bisnis pada bidang yang hal berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Hadi, 2011). Setelah dikeluarkan Undang-Undang ini, banyak Perseroan Terbatas di Indonesia yang sudah mulai mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya di dalam laporan tahunan (*sustainability report*).

Corporate Social Responsibility adalah aspek krusial perusahaan untuk melakukan tanggung jawab terhadap lingkungan serta masyarakat, sehingga menjadi gagasan yang mengakibatkan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab perusahaan yang fokus pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) namun tanggung jawab perusahaan juga wajib fokus di *triple bottom lines* yaitu mementingkan persoalan sosial serta lingkungan, bukan menjadi entitas yang mementingkan dirinya sendiri melainkan sebuah entitas yang wajib melakukan adaptasi budaya dengan lingkungan sosialnya sesuai dengan prinsip kerjasama (Purwanto, 2011). Indonesia sudah semakin banyak perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility*, namun praktik *Corporate Social Responsibility* menerima perhatian yang relatif besar. Praktik ini terutama tentang semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia mulai dari polusi udara, air, penggundulan hutan sampai perubahan iklim. Beberapa fenomena yang masih terkait dengan perusahaan yang dikarenakan didalam melaksanakan operasinya perusahaan kurang memperhatikan kondisi serta lingkungan sekitarnya, khususnya perusahaan yang kegiatannya berkaitan dengan sumber daya alam.

Salah satu contoh kasus pencemaran lingkungan yang terjadi di sektor industri barang konsumsi yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* yaitu pada Tahun 2021 PT. Greenfields yang bertempat di Jawa Timur. Permasalahan yang terjadi yaitu PT. Greenfields melakukan pembuangan limbah kotoran ternak sapi ke sungai Genjong sehingga menyebabkan pencemaran lingkungan. Pada mulanya air sungai Genjong dan

sungai Lekso mendadak menjadi keruh sekaligus berbau busuk sehingga mengakibatkan ikan-ikan peliharaan sekitar banyak yang telah mati, dimana banyak yang merasakan dampak dari pencemaran tersebut termasuk masyarakat sekitar yang tidak bisa melakukan aktivitas mencuci baju serta mandi dikarenakan sumur yang telah tercemar sehingga tidak bisa digunakan. Menurut masyarakat sekitar semenjak berdirinya PT. Greenfields belum memberikan hasil yang memuaskan bahkan pihak perusahaan tersebut tidak melakukan perbaikan atas jalan dan jembatan yang selalu dilalui truk yang mengakibatkan rusak dan dibiarkan begitu saja sehingga pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* belum berjalan baik.

Kasus selanjutnya, kasus pencemaran lingkungan yang terjadi di sektor industri barang konsumsi yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* yaitu pada Tahun 2021 PT Mayora Indah Tbk yang bertempat di Tangerang. Permasalahan yang terjadi yaitu PT Mayora Indah Tbk melakukan pembuangan limbah pabrik di sungai Kunir yang menyebabkan sungai tersebut mengeluarkan bau yang tak sedap, menyengat bahkan air yang jernih berubah menjadi warna hitam sehingga sangat mengganggu warga sekitar. Masyarakat sekitar merasakan kekecewaan, dimana air sumur warga yang menjadi hitam dan berbau sehingga masyarakat sekitar tidak bisa menggunakan air sumur ataupun air sungai tersebut.

Melihat dari kasus tersebut dapat disimpulkan bahwa kurangnya kesadaran dari beberapa perusahaan mengenai kegiatan *Corporate Social Responsibility* terutama dalam pengelolaan sumber daya alam, sehingga dengan adanya pengungkapan serta penerapan *Corporate Social Responsibility* dapat

menjadikan kepentingan bagi setiap perusahaan sehingga mempunyai tujuan untuk meminimalisir dampak dari berbagai permasalahan yang bisa muncul kapan saja.

Pentingnya penggunaan *Corporate Social Responsibility* sudah banyak menghasilkan peneliti untuk melakukan penelitian serta diskusi tentang praktik serta motivasi suatu perusahaan untuk melakukan *Corporate Social Responsibility*. Beberapa penelitian yang terkait menggunakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sudah banyak dilakukan, baik di dalam maupun di luar negeri. Pada pelaksanaannya, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* yaitu *Return On Asset*, Likuiditas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris.

Return On Asset merupakan salah satu jenis rasio profitabilitas yang bisa menilai kemampuan perusahaan dalam hal memperoleh laba yang berasal dari aktiva yang digunakan. *Return On Asset* akan menilai kemampuan perusahaan sesuai dengan penghasilan laba masa lalu agar dapat dimanfaatkan pada masa atau periode selanjutnya. Hasil dari penelitian Dina (2020) menjelaskan bahwa *return on asset* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan hasil dari penelitian Enny (2019), Andriana (2019), Puti (2019), Ivon (2018), dan Novita (2017) menjelaskan bahwa *return on asset* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dan salah satu faktor yang menentukan sukses atau gagalnya suatu perusahaan. Hasil dari penelitian Enny (2019)

menjelaskan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan hasil dari penelitian Safrin (2021) dan Retnani (2021) menjelaskan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Leverage merupakan salah satu usaha perusahaan untuk mengukur kewajiban jangka panjangnya, jika perusahaan mempunyai *leverage* tingkat tinggi maka perusahaan sangat bergantung pinjaman luar untuk membiayai asetnya, sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat rendah maka perusahaan lebih banyak membiayai asetnya menggunakan modalnya sendiri. Hasil dari penelitian Retnani (2021), Enny (2019), dan Andriana (2019) menjelaskan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan hasil penelitian Safrin (2021), Dina (2020), dan Ivon (2018) menjelaskan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk mengungkapkan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak daripada perusahaan kecil, hal ini dikarenakan perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hasil dari penelitian Puti (2019) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, sedangkan hasil dari penelitian Fitrisia (2020), Andriana (2019), Ratna (2018) dan Ivon (2018) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*.

Ukuran dewan komisaris merupakan prosedur pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memantau tindakan manajemen puncak dan merupakan hal yang penting di dalam monitor aktivitas manajemen secara efektif. Hasil dari penelitian Novita (2017) menjelaskan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*, sedangkan hasil dari penelitian Ratna (2018) menjelaskan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Adapun perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini menggunakan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang sektor industri barang konsumsi dan periode penelitian ini Tahun 2018-2021. Pentingnya pelaporan *Corporate Social Responsibility* terhadap perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang sektor industri barang konsumsi sehingga cukup banyak diminati oleh para investor karena meningkatnya kebutuhan untuk mengkonsumsi baik konsumsi primer maupun sekunder sehingga sektor ini cukup menguntungkan bagi pihak investor, sehingga banyaknya perusahaan sektor industri barang konsumsi yang masuk dalam daftar hitam menteri lingkungan hidup di Indonesia. Sektor industri barang konsumsi merupakan perusahaan yang mempunyai risiko politis yang sangat tinggi serta dengan manajemen kepemilikan yang besar cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih akurat dan banyak (Anggraeni, 2006).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut penulis untuk mengambil judul penelitian : **“Pengaruh *Return On Asset*, *Likuiditas*, *Leverage*, *Ukuran Perusahaan*, Dan *Ukuran Dewan Komisaris Terhadap***

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2021”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Apakah *Return On Assset* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ?
- 2) Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ?
- 3) Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ?
- 4) Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ?
- 5) Apakah Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini digunakan untuk:

- 1) Menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *Return On Assset* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- 2) Menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh Likuiditas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- 3) Menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

- 4) Menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- 5) Menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Manfaat Teoritis

Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2) Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Dapat memberikan kontribusi dan bahan pertimbangan dalam pengembangan teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*.

b) Bagi Masyarakat

Dapat memberikan pengetahuan pengaruh *return on asset*, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

c) Bagi Mahasiswa

Dapat memberikan kontribusi agar mahasiswa mampu menambah pengetahuan dan mengembangkan teori.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Pada mulanya pendekatan *stakeholder* muncul pada pertengahan tahun 1980-an. Latar belakang pendekatan *stakeholder* yaitu mempunyai keinginan untuk membangun suatu kerangka kerja yang responsif terhadap masalah yang dihadapi para manajer yang terjadi pada saat itu seperti perubahan lingkungan, meskipun demikian manajemen *stakeholder* juga mempunyai tujuan yaitu untuk merancang suatu metode untuk mengelola berbagai kelompok serta hubungan yang dihasilkan dengan cara yang strategis (Freeman and McVea, 2011). Suatu perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, serta untuk mendapatkan suatu dukungan dari *stakeholder*, dengan demikian suatu perusahaan dapat memberikan suatu manfaat bagi *stakeholder* yang terkena dampak dari adanya suatu perusahaan (Purwanto, 2011).

Berdasarkan karakteristiknya *stakeholder* dapat dibagi menjadi 2 yaitu *stakeholder primer* dan *stakeholder sekunder* (Clarkson, 1995). *Stakeholder primer* merupakan seseorang atau kelompok yang dimana tanpanya suatu perusahaan tidak dapat bertahan atau berjalan untuk *going concern* dan *stakeholder primer* sangat berpengaruh terhadap kelangsungan suatu perusahaan sebab *stakeholder primer* mempunyai power yang sangat tinggi terhadap ketersediaan sumber daya perusahaan, yang meliputi : investor, karyawan, konsumen dan pemasok. Terdapat juga

stakeholder publik yang meliputi : pemerintah dan komunitas, selanjutnya *stakeholder sekunder* merupakan mereka yang mempengaruhi atau dipengaruhi perusahaan, namun mereka tidak mempunyai hubungan dengan transaksi dan tidak esensial dengan kelangsungan suatu perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* bersifat sangat penting, sebab *stakeholder* perlu melaksanakan suatu evaluasi untuk mengukur sejauh mana suatu perusahaan dalam melaksanakan peranannya yang sesuai dengan yang diarahkan oleh *stakeholder*, dengan demikian suatu perusahaan juga memerlukan adanya akuntabilitas suatu perusahaan yang dimana yang terdiri atas kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan dalam suatu perusahaan, dengan menerapkan program *Corporate Social Responsibility* dapat mensejahterakan pelanggan, karyawan dan rakyat sehingga mampu menjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan, *stakeholder* dan lingkungan sekitarnya demi keberlanjutan dan kelestarian perusahaannya.

2.1.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi menyatakan suatu perusahaan akan berusaha untuk melakukan segala aktivitas mengenai batas-batasan serta norma-norma di dalam suatu masyarakat yang berlaku sesuai dengan tempat beroperasinya suatu perusahaan. Teori legitimasi berfokuskan pada hubungan antara masyarakat dengan suatu perusahaan, dengan hal tersebut berdasarkan pada suatu perusahaan yang berusaha untuk menyeimbangkan suatu norma-norma perilaku sistem sosial di dalam suatu masyarakat dengan

menggunakan nilai-nilai sosial yang termasuk dalam suatu perusahaan. Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa teori legitimasi perusahaan ini dimata *stakeholder* memiliki faktor untuk mendorong citra serta reputasi suatu perusahaan dimata *stakeholder* (Hadi, 2011), dengan hal tersebut legitimasi *Corporate Social Responsibility* bukan hanya bertujuan untuk mendapatkan laba namun untuk mempertahankan eksistensi perusahaan dalam jangka waktu panjang.

2.1.3 *Corporate Social Responsibility*

Pada dasarnya *Corporate Social Responsibility* menyampaikan kepeduliannya kepada lingkungan terhadap akibat yang terjadi dalam kegiatan operasional perusahaan. *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu bentuk tindakan tanggung jawab sosial serta lingkungan perusahaan dengan berbagai macam kegiatan perusahaan yang diwujudkan bukan hanya untuk mendapatkan laba namun juga bisa menyalurkan kontribusi positif kepada masyarakat serta dapat berperan aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan, jadi dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan inti dari suatu etika dalam bisnis yang dimana suatu perusahaan harus mempunyai tanggung jawab sosial. Menurut Jalal (2008:10) memberikan definisi bahwa *Corporate Social Responsibility* sebagai tanggung jawab dari suatu organisasi mengenai dampak-dampak dari keputusan serta aktivitas di dalam masyarakat serta lingkungan melalui transparansi dan perilaku etis yang konsisten dengan perkembangan keberlanjutan dan kesejahteraan dari masyarakat dengan mempertimbangkan harapan *stakeholder* yang sesuai dengan ketentuan

hukum yang bisa diterapkan dan norma-norma internasional. Menurut Solihin (2009:57) sebuah organisasi dunia *World Bisnis Council for Sustainable Development* (WBCD) yang mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu komitmen yang berkelanjutan bagi para pelaku bisnis untuk dapat berperilaku secara etis dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup mulai dari para pekerja, keluarganya, masyarakat lokal dan masyarakat secara luas.

Cakupan *Corporate Social Responsibility* sangatlah luas, bukan hanya berkaitan dengan masalah sosial (Darwin, 2006). Secara umum berita *Corporate Social Responsibility* terdapat lima komponen utama yang terdiri dari :

- 1) Hak Asasi Manusia (HAM): suatu upaya perusahaan dalam menghadapi suatu permasalahan yang berkaitan dengan Hak Asasi Manusia serta berbagai kebijakan yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan dalam menghindari terjadinya suatu pelanggaran Hak Asasi Manusia di dalam suatu perusahaan.
- 2) Tenaga Kerja (buruh): suatu kondisi tenaga kerja di dalam suatu pabrik, yang bermula dari kesejahteraan hari tua dan keselamatan kerja, peningkatan keterampilan, sistem penggajian hingga profesionalisme karyawan.
- 3) Lingkungan Hidup: suatu strategi dan kebijakan di dalam suatu perusahaan untuk mengatasi berbagai macam permasalahan yang berkaitan dengan lingkungan atas suatu produk maupun jasa yang

mulai dari pengadaan bahan baku, masalah pembuangan limbah hingga dampak lingkungan yang sangat diakibatkan dalam suatu proses produksi serta distribusi produk.

- 4) Sosial Masyarakat: suatu upaya serta kebijakan di dalam suatu perusahaan yang terdapat pada bidang sosial, pengembangan masyarakat setempat serta dampak operasi suatu perusahaan terhadap kondisi sosial dan budaya masyarakat setempat.
- 5) Dampak Produk dan Jasa terhadap Pelanggaran: di dalam suatu perusahaan akan melakukan berbagai upaya untuk memastikan agar suatu produk atau jasa tersebut terbebas dari berbagai dampak negatif, seperti melakukan pengancaman keamanan dan produk yang dilarang serta produk yang dapat mengganggu kesehatan pada pelanggan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* didapatkan melalui *Corporate Social Disclosure Index (CSDI)* yang dapat diukur melalui berbagai rekaman penilaian *Global Report Initiative (GRI)*. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial merupakan suatu laporan berbagai aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan di dalam suatu perusahaan, baik yang berkaitan dengan perhatian masalah sosial maupun lingkungan (Hadi, 2011). Pengungkapan berarti bukan untuk menutupi atau bukan menyembunyikan, apabila dikaitkan dengan laporan keuangan, laporan keuangan juga harus memberikan informasi serta penjelasan yang sangat cukup mengenai hasil aktivitas di dalam suatu unit bisnis. Pengungkapan sosial merupakan pengungkapan berbagai informasi tentang suatu aktivitas di dalam suatu perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial

suatu perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2009:65). Berbagai laporan tahunan, laporan interim atau laporan sementara, prospektus, pengumuman kepada bursa efek atau melalui media masa merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan dalam pengungkapan sosial. Tanggung jawab sosial sangat penting dalam lingkup organisasi sehingga terdapat berbagai macam faktor yang menjadi penyebabnya diantaranya yaitu (Sulistyaningstyas, 2006) :

- 1) Adanya arus globalisasi, yang dapat memberikan ilustrasi tentang hilangnya garis pembatas diantara berbagai wilayah di dunia sehingga dapat menghadirkan universalitas, dengan demikian menjadi sangat mungkin suatu perusahaan multinasional dapat berkembang dimana saja sebagai mata rantai globalisasi.
- 2) Konsumen dan investor sebagai *public primer* dalam organisasi profit membutuhkan gambaran mengenai tanggung jawab organisasi terhadap isu sosial dan lingkungannya.
- 3) Sebagai bagian dalam etika berorganisasi, maka dibutuhkan tanggung jawab organisasi untuk dapat mengelola organisasi dengan baik.
- 4) Masyarakat di beberapa negara menganggap bahwa organisasi sudah memenuhi standard etika berorganisasi, ketika organisasi tersebut peduli kepada lingkungan serta masalah sosial.
- 5) Setidaknya tanggung jawab sosial dapat mereduksi krisis yang berpotensi terjadi dalam suatu organisasi.
- 6) Tanggung jawab sosial dianggap dapat meningkatkan reputasi organisasi.

2.1.4 *Return On Asset*

Return On Asset adalah salah satu rasio yang terdapat di dalam rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam mendapatkan laba dengan aktiva yang digunakan di dalam suatu perusahaan, serta dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba pada masa lampau yang kemudian digunakan di masa yang akan datang. *Asset* yang dimaksud yaitu jumlah harta perusahaan yang telah diperoleh dari modal sendiri dan modal asing yang sudah diubah suatu perusahaan menjadi aktiva-aktiva perusahaan yang digunakan untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan. Menurut Kasmir (2014:201) menyatakan bahwa *return on asset* adalah rasio yang dapat menunjukkan suatu hasil atas jumlah aktiva yang akan digunakan dalam suatu perusahaan. Menurut Sawir (2005:18) menyatakan bahwa *return on asset* dapat digunakan untuk mengukur suatu kemampuan di dalam manajemen perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan secara keseluruhan, jika nilai *return on asset* besar maka besar juga tingkat keuntungan yang dicapai dalam suatu perusahaan serta dari segi posisi keuangan juga baik.

Berdasarkan beberapa pengertian dijelaskan di atas maka dapat disimpulkan bahwa *return on asset* merupakan suatu rasio yang dapat menunjukkan banyaknya laba bersih yang telah diperoleh dari keseluruhan kekayaan yang telah dimiliki dalam suatu perusahaan, sebab akan digunakan angka laba setelah pajak serta rata-rata kekayaan perusahaan, dengan demikian maka rasio *return on asset* dapat menghubungkan

keuntungan yang telah diperoleh dari beroperasinya perusahaan dengan jumlah aktiva/aset yang telah digunakan demi mendapatkan keuntungan dari operasi tersebut.

Seberapa besar yang dihasilkan oleh perusahaan dengan cara membandingkan suatu laba usaha dengan total aset/aktiva atau *operating asset* maka semakin besar juga kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba, dengan memiliki *return on asset* yang tinggi maka akan menjadi incaran para investor dan mereka tidak akan merasakan keraguan dalam mempercayakan keuangannya kepada suatu perusahaan yang telah memiliki return aset yang tinggi sebab telah memiliki manajemen aset yang bagus.

2.1.5 Likuiditas

Likuiditas adalah suatu kondisi yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam mendanai operasional perusahaan dan melunasi hutang jangka pendeknya. Rasio ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh ketersediaan dana perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Menurut Arthana (2009) perusahaan yang secara keuangan sehat, kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi yang terkait dengan *Corporate Social Responsibility* dibandingkan dengan perusahaan likuiditasnya rendah.

Rasio likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan agar memenuhi liabilitas jangka pendek. Rasio likuiditas bertujuan menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran

keuangannya. Menurut Rafika dan Yulius (2014) perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas baik dianggap mampu untuk mengelola bisnisnya sehingga menghasilkan tingkat risiko yang rendah.

2.1.6 Leverage

Syamsudin (2009:10) menyatakan bahwa *leverage* merupakan rasio yang dapat menunjukkan hubungan pinjaman jangka panjang yang diberikan oleh kreditur dengan jumlah modal sendiri yang diberikan kepada pemilik perusahaan. Menurut Sugiono (2009:70) *leverage ratio* bertujuan untuk menganalisis pembelanjaan yang dilakukan berupa komposisi hutang dan modal, serta kemampuan perusahaan untuk membayar bunga dan beban tetap lainnya. Kasmir (2012:75) mengatakan bahwa *leverage ratio* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka panjang maupun jangka pendek apabila perusahaan dilikuidasi. Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa *leverage* dipakai oleh perusahaan bukan hanya untuk menanggung beban tetap, modal dan membiayai aktiva, tetapi juga sebagai integritas perusahaan dalam membayar hutangnya.

2.1.7 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecil perusahaan yang diukur dan dilihat dari nilai aktiva, nilai penjualan bersih atau nilai ekuitas, semakin besar ukuran perusahaan maka informasi yang tersedia untuk penanam modal, pengambilan keputusan sehubungan dengan pendanaan saham semakin banyak (Minanari, 2018). Ukuran perusahaan adalah skala

yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan (Putri, 2017). Penelitian ini menggunakan total aset untuk mendefinisikan pengaruh ukuran perusahaan (size) terhadap *Corporate Social Responsibility*. Ukuran perusahaan diproksikan dengan *Log Natural* (total asset), tujuannya agar menyusutkan perbedaan yang relevan antara perusahaan kecil sehingga data total aset dapat terdistribusi normal.

Adapun beberapa komponen yang termasuk dalam aset yang dikategorikan sebagai berikut (Kasmir, 2008:31) :

- 1) Aset Lancar merupakan aset-aset yang cukup relatif mudah untuk dikonversi menjadi uang, dijual atau digunakan dalam jangka waktu satu tahun yang meliputi kas, piutang, persediaan, biaya dibayar dimuka.
- 2) Aset Tetap merupakan aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang bisa diukur dengan jelas dan bersifat permanen atau tetap yang dibeli dengan tujuan digunakan sendiri oleh suatu perusahaan serta tidak dijual kembali. Aset tetap dibagi menjadi 2 yaitu aset tetap berwujud seperti tanah, gedung, kendaraan dan mesin sedangkan aset tetap tak berwujud seperti *goodwill*, hak paten dan hak cipta.

2.1.8 Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah bagian dari suatu perusahaan yang bertugas untuk mengawasi serta memberikan pendapat kepada dewan direksi dalam mengelola suatu perusahaan. Ukuran dewan komisaris yang besar dalam suatu perusahaan akan menaikkan suatu pengawasan terhadap kinerja direksi dalam mengelola perusahaan termasuk dalam penerapan

serta pengungkapan *corporate social responsibility* (Nugroho dan Yulianto, 2015). Dewan komisaris merupakan wakil pemegang saham di dalam entitas usaha yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) yang mempunyai beberapa fungsi pengawasan di dalam suatu perusahaan yang dilakukan oleh direksi, serta dapat menentukan apakah direksi mampu memenuhi tanggung jawabnya terhadap pengendalian intern suatu perusahaan, dengan kewenangan yang telah dimiliki dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang relatif besar yang bertujuan untuk menekankan direksi agar mengungkapkan informasi yang lebih banyak mengenai *corporate social responsibility*, dengan demikian perusahaan akan mempunyai *image* yang baik jika suatu perusahaan mampu mengungkapkan atau mempunyai ukuran dewan komisaris yang lebih banyak.

Dewan komisaris bertanggung jawab kepada RUPS dan memiliki tugas untuk melakukan pengawasan terhadap pengurusan perusahaan yang dilakukan oleh direksi serta memberikan nasihat berkenaan dengan kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan. Dewan komisaris secara terus menerus memantau efektivitas kebijakan perusahaan, kinerja dan proses pengambilan keputusan oleh direksi termasuk pelaksanaan strategi untuk memenuhi harapan para pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Anggota dewan komisaris, komposisi dan jumlahnya diangkat serta ditetapkan oleh RUPS dengan memperhatikan visi, misi dan rencana strategis perusahaan. Anggaran Dasar Perusahaan mengatur

tentang tata cara pencalonan, pengangkatan, penggantian dan pemberhentian anggota dewan komisaris.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Tinjauan penelitian yang relevan merupakan penelaahan dari hasil penelitian terdahulu yang diperlukan untuk mempertajam penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh *Return On Asset*, Likuiditas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dilakukan oleh beberapa peneliti, seperti yang ditunjukkan berikut ini :

- 1) Pada penelitian yang dilakukan oleh Safrin pada Tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Likuiditas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019 yang dipilih melalui *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sedangkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- 2) Pada penelitian yang dilakukan oleh Retnani pada Tahun 2021 dengan judul “Pengaruh *Leverage*, Likuiditas Dan *Risk Minimazation* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Sampel perusahaan berjumlah 60 perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019 yang ditentukan dengan metode *purposive*

sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sedangkan likuiditas dan *risk minimazation* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

- 3) Pada penelitian yang dilakukan oleh Dina pada Tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)”. Sampel yang diambil adalah dari perusahaan index LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017 yang ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sedangkan *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- 4) Pada penelitian yang dilakukan oleh Fitriisia pada Tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan dan Eksposur Media Terhadap *Corporate Social Responsibility*”. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 8 perusahaan di perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018 yang dipilih melalui *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan eksposur media berpengaruh

positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sedangkan pertumbuhan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

- 5) Pada penelitian yang dilakukan oleh Enny pada Tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Likuiditas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Sampel yang diambil adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada periode 2014-2018. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* sedangkan likuiditas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.
- 6) Pada penelitian yang dilakukan oleh Andriana pada Tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* Dan Kepemilikan Saham Publik Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Sampel yang diambil adalah 33 perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016 dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sedangkan *leverage* dan kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- 7) Pada penelitian yang dilakukan oleh Puti pada Tahun 2019 dengan judul “Pengaruh ROA, ROE dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan

Corporate Social Responsibility”. Sampel yang diambil adalah 21 perusahaan yang terdaftar di BEI dan SET periode 2011-2017 dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA dan ROE berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan BEI dan SET sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan BEI tetapi ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan SET.

- 8) Pada penelitian yang dilakukan oleh Ivon pada Tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Minimasi Risiko Terhadap Pengungkapan *Social Responsibility*”. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia yang berjumlah 19 perusahaan yang ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage*, *size* dan minimalisasi risiko berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.
- 9) Pada penelitian yang dilakukan oleh Ratna pada Tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Proporsi Dewan Komisaris Independen, dan Kepemilikan Asing pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Sampel yang diambil adalah dari perusahaan *property* dan *real estate* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2016

yang ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif pada *Corporate Social Responsibility*, proporsi dewan komisaris independen tidak berpengaruh pada *Corporate Social Responsibility*, sedangkan kepemilikan asing berpengaruh negatif pada *Corporate Social Responsibility*.

10) Pada penelitian yang dilakukan oleh Novita pada Tahun 2017 dengan judul “Pengaruh ROA, DER, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Sampel yang diambil adalah 36 perusahaan yang terdaftar di perusahaan manufaktur di BEI periode 2012-2014 dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA, DER, pertumbuhan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.