

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu berbagai dampak dari aktivitas perusahaan ditengah-tengah masyarakat telah menyadarkan masyarakat bahwa sumber daya alam sangatlah terbatas dan oleh karenanya pembangunan ekonomi harus diawasi secara berkelanjutan, dengan konsekuensi bahwa perusahaan akan menjalankan usahanya harus menggunakan sumber daya alam dengan efisien dan memastikan bahwa sumber daya tersebut tidak habis, sehingga tetap dapat dimanfaatkan oleh generasi di masa yang akan datang.

Dewasa ini perusahaan tidak hanya mementingkan profit dan kegiatan produksi tapi juga harus memperhatikan lingkungan sekitar. Munculnya kesadaran bahwa kegiatan produksi secara tidak langsung akan berdampak pada lingkungan seperti penggundulan hutan, pembuangan limbah, pencemaran udara dan sebagainya. Hal itu membuat perusahaan wajib untuk bertanggung jawab atas dampak dari aktivitasnya tersebut. Tanggung jawab ini disebut *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). Melalui CSR yang biasa juga dikenal dengan *triple bottom line* (*economic, social, and environmental*), diharapkan perusahaan tidak hanya berfokus pada masalah finansial saja tetapi juga memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan.

*Corporate Sosial Responsibility* bukan lagi kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan sukarela, tetapi sudah di atur dalam Undang-Undang R.I. No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat (1) tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan menjelaskan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau

berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Tanggung jawab lingkungan dan sosial merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Perseroan yang melanggar akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pada Desember 2014, beredar foto-foto kondisi orang utan yang diberondong tembakan dari senapan angin. Selanjutnya pada Februari 2015 sejumlah tengkorak orang utan yang berhabitat di wilayah Kota Waringin Timur, Kalimantan Tengah ditemukan warga di area perkebunan kelapa sawit PT Nusantara Sawit Persada, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan dan pabrik kelapa sawit (Tony Firman, 2016). Hal yang tak jauh berbeda terjadi Sumatera. Seperti dilansir dari *National Geographic*, gajah-gajah mencari makan sampai ke perkebunan sawit karena habitatnya telah dialih fungsikan, hal tersebut dianggap ancaman oleh para petani sawit (tirto.id). Dari beberapa kasus tersebut dapat dilihat bahwa adanya ketidakseimbangan antara aktivitas usaha ataupun bisnis dengan kesejahteraan lingkungan hidup di sekitarnya. Oleh karena itu, untuk mengembalikan kepercayaan *stakeholders* dan masyarakat kepada perusahaan. Perusahaan memiliki pilihan untuk ikut bertanggung jawab pada lingkungan melalui aktivitas CRS (*Corporate Social Responsibility*) yang merupakan bagian dari kinerja lingkungan (Asiah, 2014).

Terdapat beberapa penelitian terkait faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) diantaranya adalah Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen

dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk dapat menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan. Bagi perusahaan masalah profitabilitas sangat penting. Bagi pimpinan perusahaan, profitabilitas digunakan sebagai tolak ukur berhasil atau tidak perusahaan yang dipimpinnya, sedangkan bagi karyawan perusahaan semakin tinggi profitabilitas yang diperoleh oleh perusahaan, maka ada peluang untuk meningkatkan gaji karyawan.

Menurut Purba (2015), hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR merupakan refleksi yang akan menunjukkan bahwa diperlukan respon sosial untuk membuat perusahaan memperoleh keuntungan. Semakin meningkatnya profitabilitas suatu perusahaan maka perusahaan akan mempunyai biaya lebih untuk menjalankan kegiatan perusahaan salah satunya adalah kegiatan CSR. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi wajib untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Indriyani (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan profitabilitas berbanding lurus terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Berbeda dengan peneliti yang dilakukan oleh Aulia dan Mustikawati (2020) bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah negatif.

Faktor selanjutnya adalah Likuiditas yang merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek (Kasmir, 2017). Perusahaan yang memiliki likuiditas baik maka akan

dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor. Hal ini akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain, bahwa mereka lebih baik dari pada perusahaan lain, dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial.

Likuiditas merupakan salah satu kinerja yang sering dijadikan tolak ukur investor dalam menilai perusahaan. Oleh karena itu ketika likuiditas yang dihasilkan rendah, perusahaan akan cenderung melakukan pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan Christiawan (2014) menunjukkan hasil dari likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan cenderung melakukan pengungkapan CSR karena memberikan sinyal pada investor agar berinvestasi pada perusahaan tersebut, Sedangkan penelitian yang dilakukan Mudjiyanti (2017) menunjukkan hasil bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dalam penelitian Sukenti dan Mawardi (2017) pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan penelitian Fitriyah (2017) menunjukkan hasil bahwa pertumbuhan perusahaan tidak memengaruhi pengungkapan CSR.

Faktor lainnya adalah Ukuran perusahaan yang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR di perusahaan. Kusumayanti (2015) menyatakan ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Penelitian Permadiswara (2018) menunjukan adanya pengaruh ukuran perusahaan dalam pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan, dimana perusahaan yang lebih besar cenderung akan lebih banyak dalam pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosialnya dari pada perusahaan yang

lebih kecil. Disamping itu perusahaan kecil akan lebih fokus pada peningkatan penjualan dari pada pengungkapan CSR. Penelitian mengenai variabel ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR yang dilakukan Waluyo, dkk (2017) mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan secara positif mempengaruhi pengungkapan CSR, namun hal tersebut berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan Mawarni (2017) yang mendapatkan hasil adanya hubungan negatif antara luas pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan serta penelitian serta Alfari (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup atau yang lebih dikenal dengan PROPER diadakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH). Penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan di bidang pengendalian dampak lingkungan hidup serta pengelolaan limbah. Penghargaan PROPER akan mendorong perusahaan untuk taat terhadap peraturan lingkungan hidup dan mencapai keunggulan lingkungan (*environmental excellency*). Hal ini dinilai dari pemenuhan ketentuan dalam izin lingkungan, pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, pengelolaan limbah B3, dan pengendalian kerusakan lingkungan. Melalui PROPER kinerja lingkungan perusahaan diukur dengan menggunakan warna mulai yang terbaik diberi warna emas, hijau, biru, merah, hingga yang terburuk hitam. Pada penelitian dari Asiah (2014) telah menyimpulkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap CSR sedangkan penelitian oleh Oktalia (2014) menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang telah perusahaan lakukan tidak dipengaruhi oleh kinerja lingkungan yang perusahaan kerjakan.

Perusahaan bisa mengungkapkan aktivitas CSR melalui berbagai media. Media merupakan sarana yang baik digunakan untuk menarik perhatian para *stakeholder*, pengkomunikasian CSR melalui berbagai media akan meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. Anggreni (2016) teori legitimasi secara luas menguji peran yang dimainkan oleh berita media pada peningkatan tekanan yang diakibatkan oleh tuntutan publik terhadap perusahaan. Yuliskayani (2018) menyatakan bahwa, media internet (web) merupakan media yang efektif dan media ini juga semakin didukung oleh para pemakai internet yang mulai meningkat. Dengan pengkomunikasian CSR melalui media internet, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Media tidak hanya memainkan peran pasif pada bentuk norma institusi, akan tetapi juga berperan aktif dengan memberikan riwayat pelaporan dan menyusunnya untuk menggambarkan nilai dari suatu perusahaan. Dengan demikian, secara tidak langsung media juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Plorensia dan Hardiningsih (2015), Alfarizi (2016), Wahyutama (2016) menunjukkan bahwa media *exposure* mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun, Rahayu dan Indah (2015) dalam penelitiannya menemukan bahwa media *exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini menggunakan sector Agrikultur sebagai subjek penelitian. Sektor agrikultur adalah sektor yang bergerak dalam bidang tanah atau pertanian dan terbagi menjadi beberapa sub sektor yaitu perkebunan, hortikultura, kehutanan, florikultura, perikanan, dan peternakan (Trina, 2017). Aktivitas yang dilakukan perusahaan agrikultur sering menimbulkan dampak bagi lingkungan dan

sekitarnya. Perusahaan agrikultur merupakan perusahaan yang kegiatannya memiliki tingkat sensitivitas serta pengaruh yang tinggi terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Meskipun demikian, hasil survei Badan Pusat Statistik (BPS) terkait hasil pertumbuhan ekonomi Triwulan II Tahun 2018 menyatakan kontribusi sektor agrikultur pada laju pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 13,63%. Fakta tersebut mengindikasikan bahwa sektor agrikultur merupakan salah satu penggerak utama dalam pengembangan ekonomi rakyat Indonesia ([pertanian.go.id](http://pertanian.go.id)).

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin mengadakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Kinerja Lingkungan dan Media *Exposure* pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Agrikultur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020 - 2022”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh pada pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan sektor Agrikultur yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2022 ?
- 2) Apakah likuiditas berpengaruh pada pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan sektor Agrikultur yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2022 ?

- 3) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh pada pengungkapan *corporate sosial responsibility* perusahaan sektor Agrikultur yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2022 ?
- 4) Apakah kinerja lingkungan berpengaruh pada pengungkapan *corporate sosial responsibility* perusahaan sektor Agrikultur yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2022 ?
- 5) Apakah media *exposure* berpengaruh pada pengungkapan *corporate sosial responsibility* perusahaan sektor Agrikultur yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2022 ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas dalam pengungkapan *corporate sosial responsibility* perusahaan sektor Agrikultur yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2022
- 2) Menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh likuiditas dalam pengungkapan *corporate sosial responsibility* perusahaan sektor Agrikultur yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2022
- 3) Menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan dalam pengungkapan *corporate sosial responsibility* perusahaan sektor Agrikultur yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2022

- 4) Menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kinerja lingkungan dalam pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan sektor Agrikultur yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2022
- 5) Menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh dalam pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan sektor Agrikultur yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2022

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan bahan referensi tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, kinerja lingkungan dan media *exposure* pada pengungkapan *corporate social responsibility*.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan secara praktis dapat membantu investor maupun pihak – pihak yang berkepentingan untuk dapat mengetahui factor – factor yang secara empiris dapat mempengaruhi pengungkapan CSR.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Teori *Stakeholder*

Hal pertama mengenai teori *stakeholder* adalah bahwa *stakeholder* merupakan sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengenai sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholdernya*. Premis dasar dari teori *stakeholder* adalah bahwa semakin kuat hubungan korporasi, maka akan semakin baik bisnis korporasi. Sebaliknya, semakin buruk hubungan korporasi maka akan semakin sulit. Hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan adalah berdasarkan kepercayaan, rasa hormat, dan kerjasama.

Menurut Intan Purnama Sari (2018) teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan memerlukan dukungan *stakeholder*, sehingga aktivitas perusahaan juga mempertimbangkan persetujuan dari *stakeholder*. Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder* atau para pemangku kepentingan dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan mereka, terutama *stakeholder* yang mempunyai kekuatan terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, seperti tenaga kerja, pelanggan dan pemilik (Hörisch, 2014:328-346). Salah satu

strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR. Dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholders* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholders*-nya. Hubungan yang harmonis akan menjadikan perusahaan dapat mencapai keberlanjutan perusahaannya (*sustainability*).

### 2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan kontrak sosial yang diimplikasikan antara suatu institusi dengan masyarakat. Teori ini menjelaskan bahwa suatu bisnis dibatasi oleh kontrak sosial yang menyatakan perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial agar perusahaan memperoleh penerimaan atau legitimasi dari masyarakat sehingga akan menjamin keberlangsungan perusahaan tersebut (Alfarizi, 2016).

Pada teori legitimasi, organisasi secara berkelanjutan menunjukkan telah beroperasi dalam perilaku yang konsisten dengan nilai sosial. Adanya teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya diterima oleh masyarakat dan memberikan perusahaan landasan bahwa perusahaan harus menaati norma-norma yang berlaku di masyarakat dimana perusahaan beroperasi, agar tidak terjadi konflik dari masyarakat sekitar sehingga aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan lancar (Indraswari, 2017).

Permadiswara (2018) menegaskan teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari

masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan langsung tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Dengan adanya CSR, perusahaan dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sekitar sehingga masyarakat dapat menerima baik keberadaan perusahaan di lingkungannya.

### 2.1.3 Corporate Social Responsibility

*The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* mendefinisikan *corporate social responsibility (CSR)* atau pertanggungjawaban sosial perusahaan sebagai komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan komunitas lokal dan masyarakat secara luas. Permadiswara (2018) menegaskan tanggung jawab ini diarahkan baik ke dalam (internal) maupun ke luar (eksternal) perusahaan. CSR ke dalam diarahkan kepada pemegang saham dalam bentuk profitabilitas dan kepada karyawan dalam bentuk kompensasi yang adil, sedangkan CSR ke luar berkaitan dengan peran sebagai pembayar pajak dan penyediaan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memelihara lingkungan tempat perusahaan beroperasi.

Ada beberapa media yang biasanya digunakan untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial perusahaan seperti laporan tahunan atau laporan terpisah yang disebut *sustainability report*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan

berkelanjutan. Media pengungkapan yang banyak dipilih perusahaan khususnya perusahaan terbuka di Indonesia adalah dengan media laporan tahunan.

Salah satu badan yang aktif mengeluarkan pedoman bagi perusahaan terkait pengungkapan lingkungan hidup adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Dalam Standar GRI Indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial yang mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk, dan masyarakat.

CSR diatur oleh Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat (1) tentang perseroan terbatas mewajibkan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) secara implisit menjelaskan bahwa laporan tahunan harus mengakomodasi kepentingan para pengambil keputusan. Penjelasan tersebut ditulis dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2012) paragraf 15 menyarankan perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah lingkungan dan sosial yaitu “Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*)”. Berdasarkan pernyataan tersebut, perusahaan disarankan untuk meningkatkan kepeduliannya bukan hanya kepada *shareholder* tetapi juga kepada *stakeholder* (Erika, 2015).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa CSR adalah suatu tindakan yang oleh suatu organisasi bisnis atau perusahaan yang bertujuan untuk berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi dengan memperhatikan kepentingan *stakeholders* serta kualitas hidup karyawan, lingkungan luar perusahaan, dan masyarakat secara keseluruhan yang diaplikasikan dengan perilaku sosial yang bertanggung jawab. Pengungkapan CSR merupakan pengungkapan informasi yang terkait dengan pertanggung jawaban sosial perusahaan atau pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan akibat dari aktivitas perusahaan terhadap pemegang saham, kreditur, karyawan, dan masyarakat secara keseluruhan.

#### **2.1.4 Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu melalui laba dan merupakan indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Secara garis besar, laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Indraswari dan Astika (2015) dan Dewi dan Sari (2019) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti laba operasi, laba bersih dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan atau laba tertentu (Kusumayanti, 2015). Asiah (2014) menjelaskan rasio profitabilitas

dapat diproyeksikan dengan *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM).

Berdasarkan definisi diatas menunjukkan bahwa profitabilitas merupakan perhitungan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas dimaksudkan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan atau mungkin juga efisiensi yang dikaitkan dengan penjualan yang berhasil diciptakan, sehingga profitabilitas ini dapat dikatakan sebagai ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan.

### 2.1.5 Likuiditas

Rasio likuiditas bertujuan menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran keuangannya (Rafika dan Yulius, 2014). Penelitian ini menggunakan rasio lancar untuk mengukur likuiditas. Rasio lancar yang lebih aman adalah berada diatas 1 atau diatas 100% (Sofyan, 2013:301). Perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang aman dianggap mampu untuk mengelola bisnisnya, sehingga menghasilkan tingkat resiko yang rendah (Rafika dan Yulius, 2014).

Perusahaan yang secara *financial* memiliki tingkat likuiditas yang kuat, maka perlu mengungkapkan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan kuatnya kinerja (Fitri dan Andi, 2016). Perusahaan dengan rasio likuiditas kuat juga akan memberikan informasi sosial guna memberikan *good news* kepada para pembaca untuk menaikkan citra dan menarik investor (Fitri dan Andi, 2016).

### **2.1.6 Ukuran Perusahaan**

Kusumayanti (2015) menyatakan ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Pengukuran perusahaan bertujuan untuk membedakan secara kuantitatif antara perusahaan besar dengan perusahaan kecil. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat mempengaruhi kemampuan manajemen untuk mengoperasikan perusahaan dengan berbagai situasi dan kondisi yang dihadapinya. Banyak proksi yang digunakan untuk menunjukkan ukuran perusahaan, seperti jumlah karyawan, total asset, jumlah penjualan, dan kapitalisasi pasar.

Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil. Alasan lainnya adalah karena perusahaan yang besar mempunyai biaya informasi yang lebih rendah berkaitan dengan transparansi informasi yang diungkapkan. Lebih banyak pemegang saham juga memerlukan transparansi informasi yang lebih karena tuntutan pemegang saham dan analis pasar modal Respati (2015).

### **2.1.7 Kinerja Lingkungan**

Menurut Putri, dkk (2019) bahwa kinerja lingkungan adalah usaha perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang baik dengan melaksanakan aktivitas dan menggunakan bahan-bahan yang tidak merusak lingkungan.

Penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan mulai dikembangkan Kementerian Lingkungan Hidup, sebagai satu alternatif instrumen sejak 1995. Program ini awalnya dikenal dengan nama PROPER PROKASIH. Alternatif instrumen penataan dilakukan melalui penyebaran informasi tingkat kinerja penataan masing-masing perusahaan kepada *stakeholder* pada skala nasional. Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) mengadakan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) di bidang pengendalian dampak lingkungan untuk meningkatkan peran perusahaan dalam program pelestarian lingkungan hidup.

Adapun dasar hukum pelaksanaan adalah tertuang dalam Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup No: 127/MENLH/2002 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER), karena yang dinilai adalah kinerja kelola lingkungan, maka dalam pelaksanaannya PROPER menggunakan *Environmental Performance Indicators* (EPI) dan ditetapkan berdasarkan *context and content* sesuai perusahaan yang dinilai. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat sehingga perusahaan yang dinilai akan memperoleh insentif maupun disinsentif reputasi tergantung pada tingkat ketaatannya.

Tujuan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup adalah sebagai berikut:

- 1) Mendorong terwujudnya pembangunan berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.

- 2) Meningkatkan komitmen perusahaan dan *stakeholder* lainnya dalam upaya pelestarian lingkungan.
- 3) Meningkatkan kesadaran para pelaku usaha/kegiatan untuk mentaati peraturan sebagai konsekuensi keuntungan yang diterimanya.
- 4) Meningkatkan pengendalian dampak lingkungan melalui peran aktif masyarakat.
- 5) Menekan dampak negatif kegiatan perusahaan terhadap lingkungan.

Peringkat kinerja lingkungan perusahaan dikelompokkan pada lima peringkat warna guna memudahkan komunikasi dengan *stakeholder* dalam menyikapi hasil kinerja penataan masing-masing perusahaan. Penggunaan peringkat warna merupakan bentuk komunikatif penyampaian kinerja kepada masyarakat sehingga lebih mudah dipahami dan diingat. Lima peringkat warna yang digunakan mencakup hitam, merah, biru, hijau, dan emas. Peringkat emas dan hijau untuk perusahaan yang telah melakukan upaya lebih dari taat dan patut menjadi contoh, peringkat biru bagi perusahaan yang telah taat, dan peringkat merah dan hitam bagi perusahaan yang belum taat.

Penilaian PROPER mengacu pada persyaratan penataan lingkungan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah terkait dengan pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, pengelolaan limbah B3, AMDAL dan pengendalian pencemaran laut. Tingkat penataan perusahaan dikategorikan taat apabila memenuhi atau mentaati seluruh persyaratan dan ketentuan yang diwajibkan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Jika perusahaan memenuhi atau menaati seluruh persyaratan dan

ketentuan tersebut, maka akan memperoleh peringkat biru, jika tidak maka merah atau hitam tergantung pada aspek ketidaktaatannya.

### 2.1.8 *Media Exposure*

Pengungkapan media adalah bagaimana perusahaan memanfaatkan media yang tersedia untuk mengkomunikasikan identitas serta informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan (Respati, 2015). Perusahaan dapat mengungkapkan aktivitas CSR melalui berbagai media. Media merupakan sarana yang baik digunakan untuk menarik perhatian para *stakeholder*. Terdapat tiga media yang biasanya dipakai perusahaan dalam pengungkapan CSR perusahaan, yaitu melalui media televisi, koran, serta internet (website perusahaan).

Pengkomunikasian CSR melalui berbagai media akan meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. Dermawan dan Deitiana (2014) menegaskan bahwa media *exposure* atau pengungkapan media bertujuan untuk memberikan informasi tentang tanggung jawab sosialnya dan pesan yang terkait kepada karyawan, pemangku kepentingan dan seluruh masyarakat dengan berbagai alat komunikasi. Anggreni (2016) menyatakan media internet/website merupakan media yang efektif dengan didukung oleh para pemakai internet yang mulai meningkat. Dengan adanya pengungkapan aktivitas CSR melalui media website diharapkan masyarakat calon investor dapat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan sehingga perusahaan akan dikenal dan memiliki nilai sesuai dengan apa yang

diharapkan masyarakat. Hal ini juga bertujuan untuk meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat.

## 2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Dasar atau acuan yang berupa teori-teori atau temuan-temuan melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang penting dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Salah satu data pendukung yang dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Adapun hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan yang berkaitan dengan profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, kinerja lingkungan, dan media *exposure* pada pengungkapan *corporate social responsibility*. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal dan skripsi terdahulu terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

1. Pujiasih (2013) meneliti tentang pengaruh kinerja lingkungan dan kinerja keuangan pengungkapan *corporate social responsibility* (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010). Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 45 perusahaan. Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa kinerja keuangan positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Kurnianingsih (2013) meneliti tentang pengaruh profitabilitas dan *size* perusahaan terhadap *corporate social responsibility* (studi empiris pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI). Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 100 amatan. Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa profitabilitas dan *size* perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Asiah (2014) meneliti tentang pengaruh kinerja keuangan dan kinerja lingkungan terhadap *corporate social responsibility* (studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI). Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 12 perusahaan. Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap CSR, sedangkan kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2010-2012.
4. Sari (2014) meneliti tentang pengaruh profitabilitas, proporsi dewan komisaris independen, dan kepemilikan saham asing terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2008-2012). Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 26 perusahaan. Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR, sedangkan proporsi dewan komisaris independen dan kepemilikan saham asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2008-2012.

5. Oktariani (2014) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, kepemilikan saham asing, komposisi dewan komisaris, hutang dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2012). Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 30 perusahaan. Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan, kepemilikan saham asing dan komposisi dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan hutang, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
6. Dermawan dan Deitana (2014) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan publik, dewan komisaris, *leverage*, dan pengungkapan media terhadap *corporate social responsibility* (studi empiris pada perusahaan tambang yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012). Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 16 perusahaan. Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan profitabilitas, kepemilikan publik, dewan komisaris, *leverage*, dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
7. Maiyarni, dkk (2014) meneliti tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas, dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (studi empiris pada perusahaan Lq-45 yang terdaftar di BEI

periode tahun 2009-2012). Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa profitabilitas, likuiditas dan leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

8. Nur Asiah (2014) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan dan kinerja lingkungan secara simultan dan parsial terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode statistik yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Teknik analisis data dan pengujian hipotesis menggunakan software SPSS versi 21. Hasil pengujian membuktikan bahwa secara simultan kinerja keuangan dan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Secara parsial kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan corporate social responsibility tetapi kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Hasil penelitian ini bisa memberikan informasi atau sinyal kepada masyarakat dan pihak luar atau investor luar untuk memilih perusahaan yang berkualitas dengan cara melihat kinerja keuangan dan kinerjanya.
9. Agustya (2015) meneliti tentang pengaruh *leverage*, profitabilitas, kepemilikan saham publik, dan likuiditas terhadap *corporate social responsibility disclosure* (studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2008-2010). Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 159 perusahaan. Dalam penelitian tersebut menggunakan

teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR, kepemilikan saham publik dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap CSR *disclosure*, sedangkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap CSR *disclosure* pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2008-2010.

10. Respati (2015) meneliti tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, tipe industri, dan pengungkapan media terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014). Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 111 perusahaan. Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa profitabilitas, dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan ukuran perusahaan, tipe industri, dan pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
11. Rahayu (2015) meneliti tentang pengaruh kepemilikan saham publik, profitabilitas, dan pengungkapan media terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (studi empiris pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013). Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 78 sampel. Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan profitabilitas, dan pengungkapan media tidak berpengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

12. Gagat, dkk (2016) meneliti tentang pengaruh likuiditas, profitabilitas dan solvabilitas terhadap terhadap *corporate social responsibility* (studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2008-2010). Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 11 perusahaan. Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan profitabilitas dan solvabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2008-2010.
13. Wahyutama (2016) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan media *exposure* terhadap *corporate social responsibility disclosure* (studi empiris pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014). Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 16 perusahaan. Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan media *exposure* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
14. Widiawan, dkk (2017) meneliti tentang pengaruh *consumer proximity*, media *exposure*, dan *profitability* terhadap *corporate social responsibility disclosure* perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016. Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 24 perusahaan. Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah

menyimpulkan bahwa *consumer proximity*, *media exposure*, dan *profitability* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

15. Indraswari (2017) meneliti tentang pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, kapitalisasi pasar, dan kepemilikan saham publik pada tingkat pengungkapan CSR (studi empiris pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015). Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 11 perusahaan. Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh pada tingkat pengungkapan CSR, kapitalisasi pasar berpengaruh positif pada tingkat pengungkapan CSR, sedangkan kepemilikan saham publik berpengaruh negatif pada tingkat pengungkapan CSR
16. Yuliskayani (2018) meneliti tentang *consumer proximity*, *media exposure*, *environmental sensitivity* dan *profitability* dalam memengaruhi CSRD di Indonesia (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2014-2015). Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 292 amatan. Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa *consumer proximity*, *media exposure*, *environmental sensitivity*, *profitability* berpengaruh positif terhadap CSRD.
17. Alfarizi (2018) meneliti tentang pengaruh *media exposure*, ukuran perusahaan, *leverage*, dan struktur kepemilikan saham terhadap pengungkapan *corporate sosial responsibility* (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2015). Sampel dalam

penelitian tersebut berjumlah 39 perusahaan. Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa media *exposure*, dan kepemilikan saham asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

18. Permadiswara (2018) meneliti tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajemen, dan media *exposure* pada pengungkapan *corporate social responsibility* (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2016). Sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 22 perusahaan. Dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut telah menyimpulkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan media *exposure* berpengaruh positif pada pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan kepemilikan manajemen tidak berpengaruh pada pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang disebutkan penelitian ini memiliki beberapa persamaan yakni menggunakan variabel dependen yang sama dengan semua penelitian sebelumnya juga menggunakan variabel independen yang sama dengan Widiawan, dkk (2017), Sari (2014), Yuliskayani (2018), Permadiswara (2018), Respati (2015), Dermawan dan Deitana (2014), Indraswari (2017), Maiyarni, dkk (2014), Rahayu (2015), Kurnianingsih (2013), Wahyutama (2016) yakni profitabilitas; menggunakan

variabel independen yang sama dengan Maiyarni, dkk (2014), Agustya (2015), Gagat, dkk (2016) yakni likuiditas; menggunakan variabel independen yang sama dengan Alfarizi (2016), Oktaviani (2014), Permadiswara (2018), Respati (2015), Dermawan dan Deitana (2014), Kurnianingsih (2013) yakni ukuran perusahaan; menggunakan variabel independen yang sama dengan Asiah (2014), Pujiasih (2013), Nur Asiah (2014) yakni kinerja lingkungan; serta menggunakan variabel independen yang sama dengan Widiawan, dkk (2017), Yuliskayani (2018), Alfarizi (2016), Permadiswara (2018), Respati (2015), Dermawan dan Daitana (2014), Rahayu (2015), Wahyutama (2016) yakni media *exposure*.

Selain itu berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang disebutkan peneliti memiliki beberapa perbedaan yakni perbedaan tahun penelitian dan perbedaan penggunaan 1 sampai 3 variabel independen yang digunakan dalam penelitian sebelumnya namun tidak digunakan dalam penelitian ini.

