

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam zaman sekarang ini sudah menjadi fenomena global. Hal ini tidak terlepas dari tuntutan masyarakat agar perusahaan lebih peduli terhadap lingkungan masyarakat. Mereka menyadari bahwa aktivitas yang dilakukan perusahaan akan berdampak langsung pada lingkungan mereka.

Keuntungan merupakan salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh semua perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya (shareholder). Perusahaan berusaha mencari laba semaksimal mungkin melalui kegiatan ekonominya tanpa mempedulikan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas usaha yang dilakukan, operasi bisnis yang dilakukan perusahaan akan selalu berimbas ke masyarakat atau komunitas perusahaan baik itu secara langsung maupun tidak langsung, maka dari itu perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial terhadap komunitas agar perusahaan selalu didukung komunitasnya sehingga perusahaan dapat terus beroperasi dengan lancar. Banyaknya perusahaan yang tidak memperdulikan lingkungan dan sosial karena perusahaan hanya sibuk dan fokus mencari laba semaksimal mungkin, hal tersebut menjadikan awal mula konsep *corporate social responsibility* (Fahmi, 2015).

Perusahaan merupakan tempat kegiatan produksi, baik barang maupun jasa, dan tempat berkumpulnya semua faktor-faktor produksi. Selain itu, perusahaan juga

sebagai lembaga dalam bentuk organisasi yang dioperasikan dengan tujuan menyediakan barang dan jasa kepada masyarakat dengan insentif atau motif keuntungan. Keuntungan merupakan salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh semua perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Dalam hal ini perusahaan tidak lepas dari informasi berupa laporan keuangan dimana laporan keuangan tersebut berguna untuk meninjau atau mengukur seberapa jauh performa dan kondisi keuangan perusahaan.

Laporan keuangan sangat penting bagi perusahaan untuk menampilkan informasi dari kondisi dan perkembangan keuangan yang berkaitan dengan perseorangan atau sebuah organisasi perusahaan yang bertujuan untuk menjadi bahan pertimbangan guna mengambil keputusan yang tepat dan akurat. Dengan melihat informasi laporan keuangan, adapun seorang investor juga dapat menentukan pilihan untuk melanjutkan investasi atau tidak. Dengan Informasi yang didapat berguna untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimumkan nilai perusahaan berarti perusahaan juga berupaya untuk memaksimumkan kepuasan para pemegang saham yang merupakan salah satu tujuan perusahaan. Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non finansial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan oleh perusahaan saat ini adalah informasi tanggung jawab sosial *Corporate Social Responsibility* (Munawaroh, 2014).

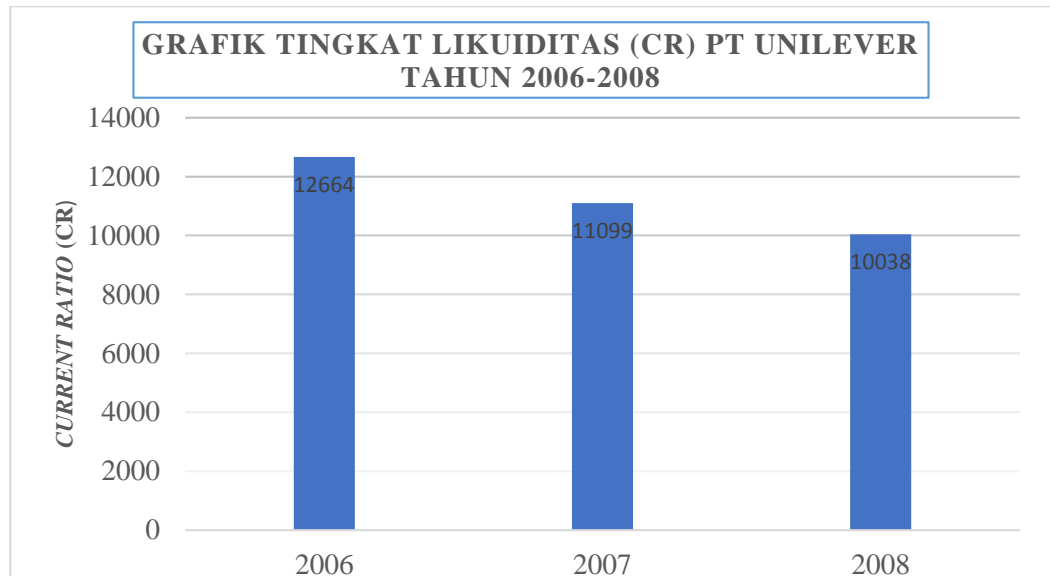
Likuiditas menunjukkan hubungan antara kas dan aset lancar lainnya dari sebuah perusahaan dengan liabilitas lancarnya. Rasio likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan membayar semua kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia. (Mudjiyanti R dan Salis Saevy Maulani, 2017:344).

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 (Sukenti et al., 2017:20).

Fauziah dan Asyik (2019:2) mengemukakan bahwa likuiditas perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menjaga aktivitas operasional. Likuiditas dapat dikatakan cerminan kesejahteraan perusahaan dimana perusahaan dapat dengan cepat memenuhi kewajiban dari aktiva lancar atau kemampuan usaha jangka pendek. Perusahaan yang tingkat likuiditasnya tinggi akan lebih cepat melakukan pengungkapan sosial daripada perusahaan yang memiliki likuiditas rendah. Hal ini didasarkan dari pengharapan finansial perusahaan yang kuat akan lebih banyak mengungkapkan informasi dari pada perusahaan yang lemah.

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi berarti perusahaan tersebut akan mengeluarkan biaya CSR yang besar sehingga kegiatan CSR yang dilakukan juga semakin banyak. Tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu dalam mengelola keuangannya sehingga akan menarik investor untuk melakukan investasi. Likuiditas merupakan salah satu

kinerja yang sering dijadikan tolak ukur investor dalam menilai perusahaan. Ketika likuiditas yang dihasilkan rendah, perusahaan akan cenderung melakukan pengungkapan CSR makin banyak (Sekarwigati dan Effendi, 2019:17).



Gambar 1.1
Grafik Tingkat Likuiditas (CR) PT Unilever
Tahun 2006-2008

Gambar di atas merupakan grafik tingkat likuiditas (*Current Ratio/CR*) untuk indeks perusahaan PT. Unilever pada tahun 2006 hingga tahun 2008. Pada grafik tersebut menunjukkan rasio seberapa besar kontribusi untuk kebijakan Perseroan yang secara jangka panjang dapat mengurangi risiko pelanggan gagal bayar. Seluruh piutang perseroan merupakan piutang jangka pendek dari tahun 2006 hingga 2008.

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang secara teoritis menentukan nilai suatu perusahaan. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba besar dan stabil akan menarik para investor, karena secara otomatis akan menguntungkan investor.

Kemampuan perusahaan yang besar untuk menghasilkan laba juga menunjukkan manajemen perusahaan yang baik, sehingga menumbuhkan kepercayaan pada investor (Lubis et al., 2017:459).

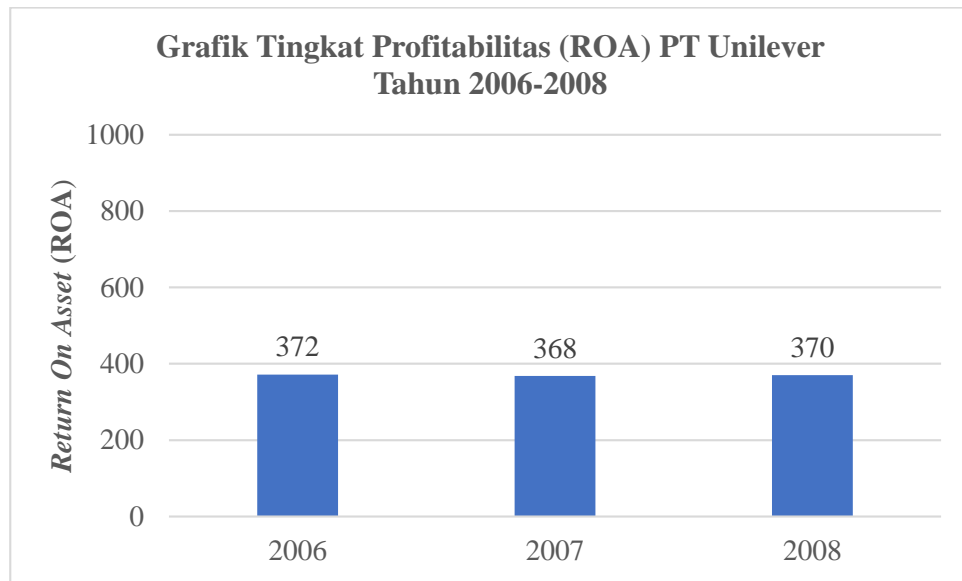
Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba atau profit yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan (Sukenti et al., 2017:19).

Hery (2018:254) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba selama periode tertentu pada tahap penjualan, modal saham tertentu maupun asset. Tujuan dari profitabilitas ialah sebagai alat ukur untuk melihat tingkat efektivitas dari kinerja manajemen. Dalam penelitian ini profitabilitas menggunakan proksi *Return on Asset* (ROA) yang merupakan suatu pengukuran yang digunakan pihak ketiga dari perusahaan dalam melihat suatu efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan laba serta menunjukkan seberapa banyak keuntungan atau laba bersih yang bisa diperoleh dari seluruh asset yang dimiliki perusahaan tersebut.

Profitabilitas adalah presentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba. Rasio ini digunakan untuk memperoleh gambaran secara efektif mengenai keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Dalam penelitian ini untuk mengukur profitabilitas menggunakan *Return on Assets* (ROA),

karena dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atas total aset yang dimiliki. Rasio ini mengukur tingkat pengembalian investasi yang dilakukan perusahaan dengan seluruh aktiva yang dimiliki. Semakin tinggi ROA semakin tinggi perusahaan memperoleh keuntungan. ROA merupakan rasio antara laba sesudah pajak dengan aset perusahaan keseluruhan (Fauziah dan Asyik, 2019:4).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi investor. Profitabilitas dianggap penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan. Perspektif teori sinyal menekankan bahwa perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan memberikan sinyal kepada investor melalui pelaporan informasi terkait kinerja perusahaan sehingga dapat memberikan gambaran akan prospek usaha di masa datang. Semakin tinggi angka profitabilitas yang tercantum pada laporan keuangan, berarti semakin baik kinerja keuangan perusahaan, maka akan mencerminkan kekayaan investor yang semakin besar dan prospek perusahaan kedepan dinilai semakin menjanjikan. Pertumbuhan prospek tersebut oleh investor akan ditangkap sebagai sinyal positif sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor yang tercermin dari meningkatnya harga saham perusahaan (Ayu dan Suarjaya, 2017:1114).



Gambar 1.2

**Grafik Tingkat Profitabilitas (ROA) PT Unilever
Tahun 2016-2020**

Gambar di atas merupakan grafik tingkat profitabilitas (*Return On Asset/ROA*) untuk indeks perusahaan PT Unilever pada tahun 2016 hingga 2020. Pada grafik tersebut menunjukkan rasio seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih dari tahun 2006 hingga 2009.

Menurut berita Unilever.co.id yang diterbitkan pada tanggal 20 Mei 2021 Gotong Royong dan Kerjasama merupakan kunci penting untuk dapat mengatasi Pandemi COVID -19 yang ada di Indonesia. Unilever Indonesia dalam membantu menangani pandemi berfokus pada 3 hal utama, yaitu:

1. Memastikan kesehatan dan keselamatan karyawan,
2. Memastikan ketersediaan produk bagi masyarakat
3. Terus berkontribusi untuk membantu masyarakat Indonesia, berbagi peran untuk turut menangani pandemi COVID-19.

Dukungan Unilever Indonesia yang diberikan berbentuk pendonasian paket produk kebersihan serta makanan, yang sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat untuk terus menerapkan PHBS di masa pandemi.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Euis Rosidah, Medina Almunawwaroh, dan Rina Marlina, 2018:224).

Pasal 1 Nomor 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (selanjutnya disebut UU PT) tampaknya menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagai terjemahan dari istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk konteks perusahaan dalam masyarakat Indonesia, dan mengartikannya sebagai "komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya" (Kemenkumham:2022).

Sekarwigati dan Effendi (2016: 162) menyatakan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility* menurut *World Business Council On Sustainable Development* (WBCSD) adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Komitmen lainnya adalah meningkatkan kualitas

hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, serta masyarakat luas. Harmonisasi antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya dapat tercapai apabila terdapat komitmen penuh dari manajemen puncak perusahaan terhadap penerapan CSR sebagai akuntabilitas publik.

Corporate Social Responsibility merupakan suatu konsep bahwa organisasi, dalam hal ini lebih dispesifikkan kepada perusahaan memiliki sebuah tanggung jawab sosial terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. *Corporate Social Responsibility* menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi, yang menciptakan profit demi kelangsungan usaha, tapi juga tanggung jawab sosial dan lingkungan (Sekarwigati dan Effendi, 2019:16).

Menurut Purwanto (2011) menyatakan *corporate social responsibility* merupakan aspek penting perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. *Corporate social responsibility* merupakan gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berfokus pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) tetapi tanggung jawab perusahaan juga harus berfokus pada *triple bottom lines* yaitu mementingkan masalah sosial dan lingkungan. Bukan sebagai entitas yang mementingkan dirinya sendiri melainkan sebuah entitas yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya berdasarkan prinsip kerjasama.

CSR menurut (Nor Hadi 2011) dalam (Putri et al, 2019:108) mengatakan CSR adalah komitmen berkelanjutan dari perusahaan yang berjalan secara etis dan

memiliki kontribusi terhadap pembangunan untuk meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka, dan juga komunitas lokal serta masyarakat luas.

Hal ini menandakan bahwa keberlangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan sekitar. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan dengan sistem nilai itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya sesuai dengan batasan dan norma-norma dimana perusahaan itu berada sehingga dapat diterima oleh masyarakat (Euis Rosidah, Medina Almunawwaroh, dan Rina Marliana, 2018:225).

Hasil penelitian Dea Putri Ayu & A. A. Gede Suarjaya (2017) dalam judul “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan”. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dimana peningkatan profitabilitas akan mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dimana peningkatan *Corporate Social Responsibility* akan mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*, dimana peningkatan profitabilitas akan mengakibatkan peningkatan *Corporate Social Responsibility*.

Hasil penelitian Mega Sekarwigati & Bahtiar Effendi (2019) dalam judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap *Corporate*

Social Responsibility Disclosure”. Likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR, Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR

Hasil penelitian Fitri Aulia Arif & Andi Wawo (2016) dalam judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi”. likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Interaksi antara profitabilitas dan likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sehingga profitabilitas merupakan variabel moderasi.

Hasil penelitian Rina Mudjiyanti & Salis Saevy Maulani (2017) dalam judul “Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”. Secara parsial variabel likuiditas memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hasil penelitian Sri Sukenti, Nur Hidayati dan M. Cholid Mawardi (2017) dalam judul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan *Growth* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013-2015)”. Profitabilitas, likuiditas, dan *growth* secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan manufaktur. Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan rasio ROA berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan

manufaktur. Likuiditas perusahaan yang diukur dengan rasio CR mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan manufaktur.

Hasil penelitian Kristina Apriliani Putri, Elma Muncar Aditya & Nurdhiana Nurdhiana (2019) dalam judul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 – 2017”. Profitabilitas (X1) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Y) Likuiditas (X2) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Y)

Hasil Penelitian Enny Arita & Rishendri Mukhtar (2019) dalam judul “Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2018”. Profitabilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap *corporate social responsibility* dan Likuiditas CR tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Hasil penelitian Fauziah & Nur Fadjrih Asyik (2020) dalam judul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* “. Bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hasil penelitian David Holyfil & Agustin Ekadjaja (2021) dalam judul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan”. Likuiditas tidak memiliki pengaruh

yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan dan memiliki arah yang negatif terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian Sugeng Firdausia & Wanda Amelia Prihandanab (2022) dalam judul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Sri Kehati Tahun 2014-2018)”. Profitabilitas dan likuiditas secara simultan (bersama-sama) memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan. Sedangkan secara parsial, profitabilitas dan likuiditas yang masing-masing diukur menggunakan Return on Assets (ROA) dan Current Ratio (CR) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian Rafika Anggraini Putri & Yulius Jogi Christiawan (2014) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian Linda Santioso & Erlina Chandra (2012) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen Dalam Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, baik

profitabilitas, ukuran perusahaan, dan proporsi dewan komisaris independent memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hasil penelitian Linda Rahmazaniati, Nadirsyah, dan Sykuriy Abdullah (2014) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas dan *Financial Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan yang Termasuk Dalam Indeks Sri-Kehati yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian Ida Bagus Gde Indra Wedhana Purba & Putu Yadnya (2015) dalam judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” Profitabilitas mempengaruhi secara positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hasil penelitian Rokhman, M. T. N. (2015). Dalam judul “Pengaruh Size, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ-45 Yang Terdaftar Di BEI)”. Menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Likuiditas berpengaruh negatif secara signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Tabel 1.1
Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Penulis

No	Peneliti, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan	Sumber
1	Dea Putri Ayu & A. A. Gede Suarjaya (2017)	X1 yaitu Profitabilitas X2 yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i>	Y1 yaitu Nilai Perusahaan	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dimana peningkatan profitabilitas akan mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dimana peningkatan <i>Corporate Social Responsibility</i> akan mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> , dimana peningkatan profitabilitas akan mengakibatkan peningkatan <i>Corporate Social Responsibility</i> .	E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 2, 2017: 1112-1138. ISSN: 2302-8912
2	Mega Sekarwigati & Bahtiar Effendi (2019)	X2 Profitabilitas X3 Likuiditas Y1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	X1 Ukuran Perusahaan	Likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR, Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR	<i>STATERA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan</i> , 1(1), 16-33. Vol 1 No 1 (2019)
3	Fitri Aulia Arif & Andi Wawo (2016)	X3 Likuiditas X4 Profitabilitas	X1 Ukuran Perusahaan X2 <i>Leverage</i>	likuiditas berpengaruh positif dan signifikan	<i>Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan</i>

		<i>Y1 Corporate Social Responsibility</i>		terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . Interaksi antara profitabilitas dan likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> , sehingga profitabilitas merupakan variabel moderasi.	<i>Akuntansi</i> , 6(2), 177-195. <i>Vol. 6 No. 2 (2016): ASSETS</i>
4	Rina Mudjiyanti & Salis Saevy Maulani (2017)	X1 Likuiditas X2 Profitabilitas <i>Y1 Corporate Social Responsibility</i>		Secara parsial variabel likuiditas memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . Sedangkan variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> .	<i>Media Ekonomi</i> , 17(1), 7-12. <i>Vol 17 No 1 Januari 2017</i>
5	Sri Sukenti, Nur Hidayati dan M. Cholid Mawardi (2017)	X1 Profitabilitas X2 Likuiditas <i>Y1 Corporate Social Responsibility</i>	X3 <i>growth</i>	Profitabilitas, likuiditas, dan <i>growth</i> secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan manufaktur profitabilitas perusahaan yang diukur dengan rasio ROA berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan manufaktur	<i>Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi</i> , 6(03) <i>Vol 6, No 03 (2017)</i>

				likuiditas perusahaan yang diukur dengan rasio CR mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan manufaktur	
6	Kristina Apriliani Putri, Elma Muncar Aditya & Nurdhiana Nurdhiana (2019)	X1 Profitabilitas X2 Likuiditas Y1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	X3 <i>Leverage</i>	Profitabilitas (X1) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Y) Likuiditas (X2) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Y)	<i>Vol 21 No 2 (2019): Jurnal ASET Volume 21 No 2 p-ISSN 1693-928X e-ISSN 2685-9629</i>
7	Enny Arita & Rishendri Mukhtar (2019)	X1 Profitabilitas X3 Likuiditas Y1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	X2 <i>Leverage</i>	profitabilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap <i>corporate social responsibility</i> . Likuiditas CR tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i> .	E-Jurnal MENARA Ilmu Vol. XIII No.10 Oktober 2019 ISSN 1693-2617 E-ISSN 2528-7613
8	Irine Fauziah & Nur Fadrijh Asyik (2020)	X1 Profitabilitas X2 Likuiditas Y1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	X3 <i>Leverage</i> X4 Ukuran Perusahaan X5 Dewan Komisaris	bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> .	<i>Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi e-ISSN: 2460-0585 Vol 8 No 3 (2019): Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi</i>
9	David Holyfil & Agustin Ekadjaja (2021)	X1 Profitabilitas X2 Likuiditas X4 <i>Corporate Social Responsibility</i>	X3 Ukuran Perusahaan Y1 Nilai Perusahaan	likuiditas tidak memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan. profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan dan memiliki arah yang negatif	<i>Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Volume III No. 2/2021 Edisi April Hal: 497-505.</i>

				terhadap nilai perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan.	
10	Sugeng Firdausia & Wanda Amelia Prihandanab (2022)	X1 Profitabilitas X2 Likuiditas Y4 <i>Corporate Social Responsibility</i>	X3 <i>Leverage</i>	Profitabilitas, likuiditas, dan leverage secara simultan (bersama-sama) memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> dalam laporan tahunan perusahaan. Sedangkan secara parsial, profitabilitas dan likuiditas yang masing-masing diukur menggunakan Return on Asset.s (ROA) dan Cur.rent Ratio (CR) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.	AKUNESA: <i>Jurnal Akuntansi Unesa</i> Vol. 10 No. 2 (2022): AKUNESA (JANUARI 2022)
11	Rafika Anggraini Putri & Yulius Jogi Christiawan (2014)	X1 Profitabilitas X2 yaitu Likuiditas Y1 yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i>	X3 <i>Leverage</i>	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.	<i>BUSINESS ACCOUNTING REVIEW</i> , VOL. 2, NO. 1, 2014 Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra
12	Linda Santioso & Erlina Chandra (2012)	X1 Profitabilitas	X2 Ukuran Perusahaan X3 <i>Leverage</i>	Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang	JURNAL BISNIS DAN AKUNTANSI

		<i>Y1 Corporate Social Responsibility</i>	X4 Umur Perusahaan X5 Dewan Komisaris Independen	dilakukan, baik profitabilitas, ukuran perusahaan, dan proporsi dewan komisaris independen memiliki pengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> .	Vol. 14, No. 1, April 2012 ISSN: 1410-9875
13	Linda Rahmazaniati , Nadirsyah, dan Sykuriy Abdullah (2014)	X1 Profitabilitas X3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	X2 <i>Financial Leverage</i> Y1 Nilai Perusahaan	Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Magister Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala ISSN 2302-0164 pp. 44- 53 Volume 3, No. 4, November 2014
14	I Wayan Armadi & Ida Bagus Putra Astika (2016)	X1 Profitabilitas Y1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	X2 <i>Leverage</i> X3 Ukuran Perusahaan Y2 Nilai Perusahaan	Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif pada CSR dan nilai perusahaan. CSR berpengaruh negative pada nilai perusahaan	ISSN: 2302-8556 E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.17.1. Oktober (2016): 233-256
15	Ida Bagus Gde Indra Wedhana Purba & Putu Yadnya (2015)	X3 Profitabilitas Y1 Pengungkapan CSR	X1 Ukuran Perusahaan X2 <i>Leverage</i>	Profitabilitas mempengaruhi secara positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial	E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8, 2015 : 2428-2443 ISSN: 2302-8912
16	Mirza Nurdin Nugroho & Agung Yulianto (2015)	X1 Profitabilitas Y1 Pengungkapan CSR	X2 Mekanisme <i>Corporate Governance</i>	Secara parsial profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan secara simultan profitabilitas, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, ukuran dewan komisaris,	<i>Accounting Analysis Journal</i> AAJ 4 (1) (2015) ISSN 2252-6765

17	Rokhman, M. T. N. (2015).	X2 Profitabilitas X3 Likuiditas Y CSR	X1 Ukuran Perusahaan	menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> . likuiditas berpengaruh negatif secara signifikan terhadap <i>corporate social responsibility</i> .	<i>Jurnal Ilmiah-Vidya</i> , 25(2), 195-203.
18	Kurniawan, A., Astuti, D. S. P., & Harimurti, F. (2018).	X2 Likuiditas Y CSR	X1 Leverage X3 Kepemilikan Institusional	likuiditas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan	<i>Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi</i> , 14(1).
19	Herleni, S., & Asmeri, R. (2021).	X1 Likuiditas Y CSR	X2 Ukuuran Perusahaan	Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Pareso Jurnal</i> , 3(1), 57-68.
20	Tumanan, N., & Ratnawati, D. (2021).	X1 Likuiditas X2 Profitabilitas	X3 Leverage Y Nilai Perusahaan	CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hubungan antara likuiditas dengan nilai perusahaan. <i>corporate social responsibility</i> tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap tinggi atau rendahnya profitabilitas pada peningkatan nilai perusahaan.	

M Sopyan Abdul Basit: "Pengaruh Likuiditas(X₁) dan Profitabilitas (X₂) Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. (Y)"

Berdasarkan uraian tabel di atas terdapat keanekaragaman hasil penelitian penelitian sebelumnya, maka penulis bertujuan untuk menguji pengaruh likuiditas

dan profitabilitas dan dampaknya terhadap *corporate social responsibility*. Maka dengan demikian, penulis mengambil judul “PENGARUH LIKUIDITAS DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA UNILEVER TBK TAHUN 2009-2021)”.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana likuiditas, profitabilitas dengan pengungkapan *corporate social responsibility* pada PT. Unilever tahun 2009-2021.
2. Bagaimana hubungan likuiditas dengan profitabilitas pada PT Unilever tahun 2009-2021.
3. Bagaimana pengaruh likuiditas dan profitabilitas secara parsial maupun simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada PT Unilever tahun 2009-2021.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui likuiditas, profitabilitas dengan *corporate social responsibility*.
2. Untuk mengetahui hubungan likuiditas terhadap profitabilitas.
3. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas dan profitabilitas secara parsial maupun simultan terhadap *corporate social responsibility* pada PT Unilever tahun 2009-2021.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bertujuan untuk memahami serta untuk menambah dan mengembangkan pengetahuan tentang likuiditas dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan sebagai masukan referensi untuk penyusunan dalam penentuan kebijakan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan tahunan.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan, tambahan dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada salah satu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu PT Unilever periode 2009-2021 yang datanya diambil dari website perusahaan www.unilever.co.id.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan November 2021 sampai dengan November 2022. Jadwal penelitian ini digambarkan dalam matriks pada lampiran 1.