

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Likuiditas

2.1.1.1 Pengertian Likuiditas

Menurut Amrin (2009:197) Likuiditas merupakan suatu kondisi dari suatu perusahaan yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban dalam jangka pendek dan dalam waktu yang tidak terlalu lama atau selalu siap jika suatu saat akan ditagih. Apabila perusahaan memiliki aktiva lancar lebih besar dari pada utang lancar maka seharusnya perusahaan dapat memenuhi kewajiban keuangan tepat pada waktunya. Dengan kata lain, likuiditasnya bagus, namun sebaliknya jika perusahaan tidak mampu melaksanakan kewajiban pada saat ditagih, berarti utang lancarnya lebih besar dari pada dari pada aktiva lancarnya, berarti dapat pula ditafsirkan dalam kondisi likuid.

Menurut Kariyoto (2017) Kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya dalam jangka pendek, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada waktu di tagih.

Sufyati dan Anlia (2021:75) menjelaskan bahwa Rasio Likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo. Rasio likuiditas diperlukan untuk kepentingan analisis kredit atau analisis risiko keuangan. Perusahaan dapat dikatakan likuid apabila mampu menjadikan aktiva menjadi kas, maka perusahaan dapat melakukan aktivitas-aktivitas perusahaan. Menurut Bambang Riyanto

(2010:25) masalah likuiditas adalah berhubungan dengan masalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya dengan menggunakan aktiva lancar seperti kas, piutang dan investasi lainnya yang akan segera harus dipenuhi.

Menurut Husnan dan Pudjiastuti (2012:74) menyatakan bahwa rasio likuiditas adalah rasio yang mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Dalam penelitian ini rasio likuiditas diasumsikan dengan *Current Ratio* (CR).

Berdasarkan pengertian likuiditas diatas disimpulkan bahwa likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya terutama untuk kewajiban jangka pendek yang sudah jatuh tempo.

2.1.1.2 Pengukuran Likuiditas

Dalam perhitungan rasio-rasio likuiditas memberikan banyak manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan bagi perusahaan. Pihak yang berkepentingan adalah pemilik perusahaan dan manajemen perusahaan guna menilai kemampuan perusahaan. Perhitungan rasio-rasio likuiditas tidak hanya berguna bagi perusahaan, namun juga bagi pihak luar perusahaan. Praktiknya terdapat banyak manfaat atau tujuan analisis rasio-rasio likuiditas bagi perusahaan, manajemen perusahaan, dan pihak yang memiliki hubungan dengan perusahaan seperti kreditor.

Jenis-jenis rasio likuiditas yang dapat digunakan perusahaan untuk mengukur kemampuan yaitu (Kasmir, 2016:134):

1. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio lancar atau (*current ratio*) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Dengan kata lain seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk memenuhi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. Rasio lancar dapat pula dikatakan sebagai bentuk untuk mengukur tingkat keamanan (*margin of safety*) suatu perusahaan. Perhitungan rasio lancar dilakukan dengan cara membandingkan antara total aktiva lancar dengan total utang lancar. Versi terbaru pengukuran rasio lancar adalah mengurangi sediaan dan piutang.

- a. Aktiva lancar (*current asset*) merupakan harta perusahaan yang dapat dijadikan utang dalam waktu singkat (maksimal satu tahun). Komponen aktiva lancar meliputi kas, surat-surat berharga, piutang, sediaan, biaya dibayar di muka, pendapatan yang masih harus diterima, pinjaman yang diberikan, dan aktiva lancar lainnya.
- b. Utang lancar (*current liabilities*) merupakan kewajiban perusahaan jangka pendek (maksimal satu tahun). Artinya, utang ini harus segera dilunasi dalam waktu paling lama satu tahun. Komponen utang lancar terdiri dari utang dagang, utang bank satu tahun, utang wesel, utang gaji, utang pajak, utang dividen, biaya diterima di muka, utang jangka panjang yang sudah hamper jatuh tempo, serta utang jangka pendek lainnya.

Dari hasil pengukuran rasio, apabila rasio lancar rendah dapat dikatakan bahwa perusahaan kurang modal untuk membayar utang. Namun, apabila hasil

pengukuran rasio tinggi, belum tentu kondisi perusahaan sedan baik. Hal ini dapat saja terjadi karena kas tidak digunakan sebaik mungkin. Untuk mengatakan kondisi suatu perusahaan baik atau tidaknya, ada suatu standar rasio yang digunakan.

Dalam praktiknya seringkali dipakai bahwa rasio lancar dengan standar 200% (2:1) yang terkadang sudah dianggap sebagai ukuran yang cukup baik atau memuaskan bagi suatu perusahaan. Artinya dengan hasil rasio seperti itu, perusahaan sudah merasa berada di titik aman dalam jangka pendek.

Rumus untuk mencari rasio lancar atau *current ratio* yang dapat digunakan sebagai berikut.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar (Current Asset)}}{\text{Utang Lancar (Current Liabilities)}}$$

2. Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Rasio cepat (*quick ratio*) atau rasio sangat lancar atau *acid test ratio* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan (*inventory*). Artinya nilai sediaan kita diabaikan, dengan cara dikurangi dari nilai total aktiva lancar. Hal ini dilakukan karena sediaan dianggap memerlukan waktu relative lebih lama untuk diuangkan, apabila perusahaan membutuhkan dana cepat untuk membayar kewajibannya dibandingkan dengan aktiva lancar lainnya.

Untuk mencari *quick ratio*, diukur dari total aktiva lancar, kemudian dikurangi dengan nilai sediaan. Terkadang perusahaan juga memasukkan biaya yang dibayar dimuka jika memang ada dan dibandingkan dengan seluruh utang lancar.

Rumus untuk mencari rasio cepat (*quick ratio*) dapat digunakan sebagai berikut.

$$\text{Quick Ratio (Acid Test Ratio)} = \frac{\text{Current Assets} - \text{Inventory}}{\text{Current Liabilities}}$$

3. Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio kas atau *cash ratio* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Ketersediaan uang kas dapat ditunjukkan dari tersedianya dana kas atau yang setara dengan kas seperti rekening giro atau tabungan di bank (yang dapat ditarik setiap saat). Dapat dikatakan rasio ini menunjukkan kemampuan sesungguhnya bagi perusahaan untuk membayar utang-utang jangka pendeknya.

Dalam perbankan, rasio ini digunakan untuk mengetahui kemampuan bank dalam membayar kewajibannya yang sudah jatuh tempo dengan *cash assets* yang dimilikinya. Semakin tinggi rasionya semakin tinggi tingkat likuiditas.

Rumus untuk mencari rasio kas atau *cash ratio* dapat digunakan sebagai berikut.

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash or Cash Equivalent}}{\text{Current Liabilities}}$$

4. *Inventory to Net Working Capital*

Inventory to net working capital merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan. Modal kerja tersebut terdiri dari pengurangan antara aktiva lancar dengan utang lancar.

Rumusan untuk mencari *inventory to net working capital* dapat digunakan sebagai berikut.

$$\text{Inventory to NWC} = \frac{\text{Inventory}}{\text{Current Assets} - \text{Current Liabilities}}$$

2.1.1 Profitabilitas

2.1.2.1 Pengertian Profitabilitas

Dalam kegiatan usaha atau bisnis yang dijalankan perorangan maupun dalam kelompok memiliki tujuan untuk mendapatkan suatu laba atau keuntungan maksimal yang dimana berguna untuk mensejahterakan pemilik bisnis atau menambah suatu nilai perusahaan. Untuk mendapatkan profit perusahaan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah, tetapi memerlukan suatu perhitungan yang teliti dengan memperhatikan factor-faktor yang berpengaruh terhadap perusahaan.

Hery (2018:254) mengemukakan bahwa profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumberdaya yang dimilikinya. Sementara itu, Wilianto (2012) mendefinisikan profitabilitas sebagai laba yang diperoleh perusahaan dibandingkan dengan jumlah modal yang tertanam dalam perusahaan yang bersangkutan dengan tidak dibedakan apakah modal itu merupakan kekayaan sendiri (modal saham) ataukah kekayaan asing (kredit bank atau obligasi) yang terdapat di dalam perusahaan tersebut. Dengan demikian secara umum perusahaan memiliki tujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan.

Munawir (2014:33) menyatakan bahwa profitabilitas adalah Rentabilitas atau Profitabilitas adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan

laba selama periode tertentu. Rentabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivasnya secara produktif, dengan demikian rentabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam satu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut.

Menurut Hanafi & Halim (2012:81) Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan sebagai alat ukur yang melihat kemampuan suatu perusahaan menghasilkan laba atau suatu keuntungan yang maksimal dari aset, modal saham dan tingkat penjualan pada waktu tertentu.

Menurut Kasmir (2016:115) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki oleh perusahaan.

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Meurut Kasmir (2016:198) terdapat beberapa manfaat dari rasio profitabilitas antara lain:

- a. Untuk mengetahui besaran laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu

- b. Untuk mengetahui dan membandingkan posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- c. Untuk mengetahui dan mengukur perkembangan laba dari waktu ke waktu
- d. Untuk mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
- e. Untuk mengetahui seluruh produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik berupa modal pinjaman maupun modal sendiri
- f. Untuk menilai kinerja setiap karyawan dalam melakukan pekerjaannya
- g. Untuk mengevaluasi perkembangan atau kemunduran kinerja perusahaan sehingga bisa dilakukan upaya agar masalah yang terjadi tidak berlarut-larut
- h. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui seluruh kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan unsur-unsur laporan keuangan
- i. Untuk menggambarkan tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasional.

2.1.2.3 Pengukuran Profitabilitas

Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja dari jenis rasio profitabilitas yang ada. Penggunaan rasio keuangan secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio saja yang memang dianggap perlu untuk diketahui.

Dalam penelitian ini indikator profitabilitas yang digunakan adalah *Return On Asset (ROA)*, karena ROA mengukur tingkat kemampuan perusahaan (aktiva perusahaan) dengan seluruh modal yang bekerja di dalamnya untuk menghasilkan laba operasi perusahaan yang nantinya akan berpengaruh terhadap kebijakan

dividen, karena semakin tinggi ROA perusahaan kemungkinan besar perusahaan akan membagikan dividennya.

1. *Return on Assets* (ROA)

Return on Assets (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam Menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. *Return on Assets* (ROA) penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan atau dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya. (Sudana, 2015:26)

Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset. Semakin tinggi hasil pengembalian aset berarti semakin tinggi laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset (Hery, 2018:193).

Menurut Hery (2018:193) berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian aset:

$$\text{Rasio pengembalian atas aset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

2. *Return on Investment (ROI)*

Hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil (rendah) rasio ini, semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan (Kasmir,2016:202).

Menurut Kasmir (2016:202) berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian investasi:

$$\text{Return On Investment (ROI)} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Total Aset}}$$

3. *Return On Equity (ROE)*

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return On Equity (ROE)* atau rentabilitas modal sendiri, merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Makin tinggi rasio ini, makin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan makin kuat, demikian pula sebaliknya (Kasmir, 2016:115).

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

4. *Gross Profit Margin (GPM)*

Menurut Sudana (2015:27) *Gross Profit Margin (GPM)* adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini menggambarkan efisiensi yang dicapai bagian produksi.

Untuk mengukur GPM dapat menggunakan rumus di bawah ini :

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Gross Profit}}{\text{Sales}}$$

5. *Net Profit Margin* (NPM)

Menurut Sudana (2015:26) *Net Profit Margin* (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini mencerminkan efisiensi seluruh bagian, yaitu produksi, personalia, pemasaran dan keuangan yang ada didalam perusahaan.

Untuk mengukur NPM dapat menggunakan rumus di bawah ini :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Sales}}$$

2.1.3 *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

2.1.3.1 *Pengertian Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Menurut Darwin (2004) dalam Arif & Wawo (2016:182) Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* merupakan suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Pertanggung jawaban sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum.

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. CSR merupakan gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. (Rosidah Euis et al., 2018:224).

2.1.3.2 Manfaat dan Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Rosidah et al., (2018:228) adanya *corporate social responsibility* (CSR) melibatkan pihak-pihak yang berkepentingan baik pihak internal maupun eksternal yang terdiri atas perusahaan, masyarakat dan pemerintah. Bagi perusahaan adanya CSR membangun citra positif perusahaan dimata masyarakat dan pemerintah sehingga perusahaan dapat menunjukkan bentuk-bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang diimplementasikan oleh perusahaan tersebut. Bagi Masyarakat, manfaat adanya CSR adalah mempererat hubungan masyarakat dengan perusahaan dalam situasi *win-win solution*. Bagi pemerintah, manfaat adanya CSR adalah memiliki *partner* dalam menjalankan misi sosial dan misi pemerintah dalam hal tanggung jawab sosial yang di masa depannya pemerintahnya juga mempunyai peran ikut serta dalam mengakomodasi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, terutama kebutuhan mutlak dan kebutuhan primer.

Tujuan adanya CSR adalah agar perusahaan dapat membagi kegiatan yang dilakukan sesuai dengan norma-norma moral dan etika. Dengan perusahaan membagi kegiatan yang dilakukan sesuai dengan norma-norma moral dan etika, perusahaan dapat menciptakan produk yang mampu memenuhi kebutuhan para penggunanya. CSR juga mempunyai tujuan agar perusahaan dapat menyediakan informasi dan melakukan promosi yang jujur dan benar mengenai produk yang di hasilkan.

2.1.3.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan CSR merupakan bagian dari akuntansi pertanggung jawaban sosial yang mengkomunikasikan informasi sosial kepada stakeholder. Dalam Sayekti dan Ludovicus (2007) sebagaimana dikutip oleh Rosidah et al., (2018:230-231), pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomis dan politis. Selain itu juga, akuntansi pertanggungjawaban sosial dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana organisasi atau perusahaan memberikan kontribusi positif maupun negatif terhadap kualitas hidup manusia dan lingkungannya.

Tanggung jawab sosial perusahaan bersifat wajib (*mandatory*) bagi kriteria perusahaan tertentu seperti yang disebutkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 menyatakan bahwa: Perseroan yang menjalankan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dan tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut merupakan kewajiban perseroan yang dilanggarkan dan

diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. Jika perseroan tidak melaksanakan kewajiban tanggung jawab sosial akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Rosidah E et al., 2018:230).

Berdasarkan UU No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) tentang Perseroan Terbatas juga mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan. Namun demikian, item-item CSR yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang masih bersifat sukarela (*voluntary*).

Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI (*Global Report Initiative*) adalah konsep *sustainability development*. Dalam *sustainability report* digunakan metode triple bottom line, yang tidak hanya melaporkan sesuatu yang diukur dari sudut pandang ekonomi saja, melainkan dari sudut pandang ekonomi, sosial dan lingkungan. Gagasan ini merupakan akibat dari adanya tiga dampak operasi perusahaan yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. GRI *guidelines* menyebutkan bahwa, perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian standard *disclosures*. Yang kemudian ketiga dimensi tersebut diperluas menjadi enam dimensi, yaitu: ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk (Rosidah E et al., 2018:230-231).

Untuk menentukan tingkat pengungkapan informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan standar tertentu, dan ada yang

bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi yang melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku (Nurlela & Islahudin 2006) dalam (Mudjiyanti dan Maulani, 2017:344)

Rumus perhitungan *corporate social responsibility index* adalah sebagai berikut:

$$\text{CSRI} = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Total item pengungkapan CSR}}$$

2.2 Kerangka Pemikiran

Tanggung jawab sosial atau pengungkapan *corporate social responsibility* adalah suatu kewajiban perusahaan yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa, baik bagi masyarakat maupun dalam mempertahankan kualitas lingkungan sosialnya secara fisik maupun memberikan kontribusi secara positif terhadap kesejahteraan masyarakat di mana mereka beroperasi. Fenomena yang sedang berkembang ini menuntut perubahan tatanan kehidupan baru dalam berbagai bidang mulai dari politik, ekonomi, sosial, dan budaya. Kecenderungan tersebut terus menjadi agenda perubahan besar masyarakat dan memunculkan berbagai opini dalam sistem sosial kemasyarakatan yang mengharapkan lebih adil dan memberi peluang untuk mewujudkan kesejahteraan bersama yang berkelanjutan (*sustainable development*) (Kartikasari, 2011) dalam (Mudjiyanti dan Maulani, 2019:344).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan 3 variable terdiri dari dua variabel independen dan satu variable dependen yaitu Likuiditas (X_1), Profitabilitas (X_2) sebagai variabel independen dan *corporate social responsibility* (Y) sebagai variabel dependen.

Menurut Sekarwigati & Effendi (2019:18) Pada dasarnya tanggung jawab perusahaan tidaknya terbatas pada memaksimalkan laba demi kepentingan pemegang saham namun lebih luas lagi yakni menciptakan kesejahteraan bagi kepentingan stakeholder yaitu semua pihak mempunyai keterkaitan terhadap perusahaan. Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya perlu menyampaikan kegiatan usahanya secara transparan sebagai bentuk komunikasi dengan pihak shareholder maupun stakeholder.

Menurut Sari (2012) dalam Sekarwigati & Effendi (2019:19) perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemilik dari segi ekonomi saja, namun bergeser lebih luas lagi sampai pada masalah sosial kemasyarakatan, sehingga muncul istilah tanggung jawab sosial *corporate social responsibility*.

Munawir (2014) menyatakan likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang harus dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan saat ditagih. Perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban keuangannya tepat pada waktunya berarti perusahaan tersebut dalam keadaan likuid dan perusahaan dikatakan mampu memenuhi kewajiban keuangan tepat pada waktunya apabila perusahaan tersebut mempunyai alat pembayaran ataupun aktiva lancar yang lebih besar dari hutang lancarnya atau hutang jangka pendek. Sebaliknya jika perusahaan tidak dapat segera memenuhi kewajiban keuangannya pada saat ditagih, berarti perusahaan tersebut dalam keadaan illikuid.

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 dan Mawardi, 2017:20).

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan Rosyadi (2015) dalam Mudjiyanti dan Maulani (2017:344) Berdasarkan teori legitimasi berkeyakinan bahwa kekuatan perusahaan yang ditunjukkan rasio likuiditas tinggi akan berhubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi. Hal ini didasarkan bahwa kuatnya keuangan suatu perusahaan akan cenderung memberikan informasi yang luas dari pada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah. Likuiditas berpengaruh positif terhadap kelengkapan pengungkapan CSR.

Hasil riset juga menunjukkan adanya pengaruh positif antara likuiditas dan pengungkapan CSR, H1: Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (Hussainey et al.,2011) dalam (Mudjiyanti & Maulana, 2017;344).

Menggambarkan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Misalnya membayar gaji, membayar biaya oprasional, membayar hutang jangka pendek, dan lain sebagainya yang membutuhkan pembayaran segera atau telah jatuh tempo (Yamit, 2001) dalam (Sukenti dan Mawardi, 2017:22).

$$Current Ratio = \frac{Aktiva Lancar}{Hutang Lancar}$$

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan

antara laba yang diperoleh dalam satu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut (Munawir, 2014:33).

Penggunaan rasio profitabilitas disesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja dari jenis rasio profitabilitas yang ada. Berikut adalah jenis rasio profitabilitas yang digunakan adalah ROA (*Return on Asset*)

$$\text{Rasio pengembalian atas aset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset (Hery, 2018:193).

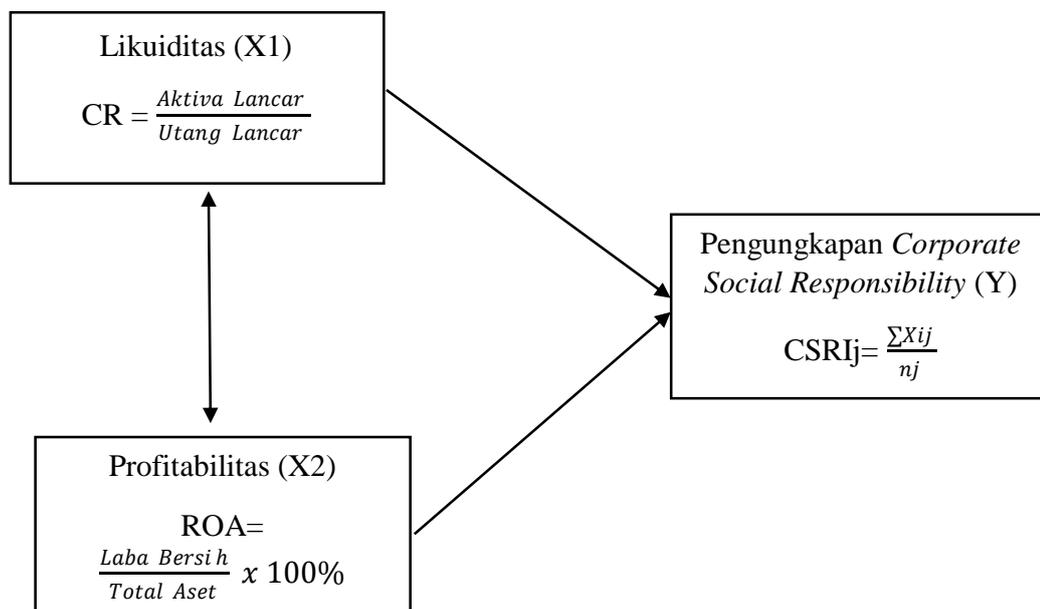
Menurut Sujarweni (2017:64) ROA adalah merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan netto. *Return on asset* dapat diitung dengan menggunakan rumus laba bersih setelah pajak dibagi oleh total aset, rumus ini menggambarkan seberapa besar kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penggunaan aset yang dimiliki.

ROA mengukur keefektifitasan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya. ROA merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, apabila perusahaan memiliki nilai ROA yang rendah berarti menunjukkan bahwa perusahaan kurang produktif dalam mengelola aktiva yang dimilikinya. Semakin rendah nilai ROA suatu perusahaan, maka semakin buruk pula keuangan perusahaan tersebut (Pamungkas, 2019).

Profitabilitas mempunyai hubungan positif dengan kelengkapan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Nurkhin, 2010). Sedangkan menurut Ramdhaningsih dan Utama (2013) dalam Mudjiyanti dan Maulani (2019) menemukan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin tinggi pula tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tingkat profitabilitas perusahaan yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan secara lebih luas. H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disusun kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, dan belum dinyatakan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2016:63).

Berdasarkan tinjauan Pustaka dan kerangka pemikiran diatas, maka dapat dirumuskan terdapat satu hipotesis sebagai berikut:

1. Hubungan Likuiditas dan Profitabilitas pada Perusahaan Unilever Tbk
2. Pengaruh Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap *corporate social responsibility* pada Perusahaan Unilever Tbk.

3. Pengaruh Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap *corporate social responsibility* pada Perusahaan Unilever Tbk.
4. Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap *corporate social responsibility* pada Perusahaan Unilever Tbk.

