

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Landasan Teoritis

1. Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Menurut Scott (2015 : 503), teori sinyal merupakan kandungan informasi yang di buat perusahaan untuk memberikan suatu pengumuman yang dapat menjadi sinyal bagi investor dan pihak lainnya dalam mengambil keputusan ekonomi. Harga saham dapat berubah karena pengumuman perusahaan mengandung informasi atas kegiatan perusahaan yang berdampak positif maupun negatif. apabila informasi tersebut memberikan dampak positif maka akan terjadi kenaikan harga saham, hal ini merupakan sinyal positif bagi investor. Sedangkan apabila informasi tersebut memberikan dampak negatif maka informasi tersebut merupakan sinyal negatif. Berdasarkan teori ini maka laporan keuangan merupakan informasi yang penting bagi investor dalam proses pengambilan keputusan.

Teori sinyal juga merupakan informasi laporan keuangan yang terjadi di perusahaan, laporan tersebut akan menjadi laporan yang menjadi informasi penting bagi perusahaan untuk menarik investor agar memberikan investasi saham kepada perusahaan tersebut. Sinyal tersebut berupa informasi tentang kondisi suatu perusahaan kepada pemilik maupun pihak yang berkepentingan. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui laporan keuangan, laporan yang dilakukan manajemen keuangan untuk kepentingan pemilik perusahaan serta dapat berupa informasi yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.





2. Teori Stakeholders (*Stakeholder's Theory*)

Menurut Nor Hadi (2011 : 93), *stackholder* adalah investor yang baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan yang dapat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Yang dimaksud dengan investor sebagai pihak eksternal maupun internal seperti: pemerintah, perusahaan persaingan, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan, lembaga pemerhatian lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan sebagainya yang sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan.

Menurut Hummels (1998) dalam buku Nor Hadi (2011 : 94), "*Individuals and groups who have legitimate claim on the organization to paarticipate in the decission making process simply because they are affected by the organisation's practices, policies and actions.*"

Stakeholder tersebut yang dijelaskan di atas menjelaskan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder* karena mereka adalah pihak yang dapat mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung bagi perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* maka perusahaan tidak akan mendapatkan investasi dari *stakeholder* tersebut.

Menurut Adam. C.H (2002) dalam buku Nor Hadi (2011 : 94), "perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern*."

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Perusahaan yang memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat sekitar sehingga terjadinya sebuah keselarasan tujuan antara perusahaan dengan masyarakat. Legitimasi tersebut dapat dilihat dari aktivitas operasi suatu perusahaan apakah telah melakukan sesuai dengan norma yang berlaku dan tidak merugikan masyarakat. Legitimasi merupakan faktor penting bagi perusahaan, cara perusahaan mendapatkan faktor tersebut yaitu melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Nor Hadi (2011: 87), “legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju”. Legitimasi yang mengalami tingkat ketidaksesuaian antara aktivitas operasional perusahaan terhadap masyarakat akan menghancurkan kepercayaan dari *stakeholder*.

Peran penting legitimasi perusahaan, sejalan dengan perkembangan pola berpikir dan kesadaran masyarakat yang memiliki kepentingan untuk mendapatkan perlindungan terhadap masyarakat itu sendiri maupun alam sekitar. Untuk itu perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari legitimasi perusahaan terhadap masyarakat sekitar.

4. *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan)

a. Definisi *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility*, pada dasarnya adalah konsep perusahaan yang melakukan kegiatan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis di dalam interaksi dengan para

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



masyarakat dengan sukarela agar masyarakat lokal merasa tidak dirugikan dan perusahaan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan investor. Tanggung jawab sosial tentunya sangat berkaitan dengan kebudayaan perusahaan dan etika bisnis yang harus dimiliki perusahaan, karena untuk melaksanakan tanggung jawab sosial diperlukan suatu tindakan yang didasari oleh etika yang bersifat berkelanjutan Bambang Rudito (2013:1).

Menurut Bowen (1953) dalam buku Mardikanto (2014 : 86), tanggung jawab sosial merupakan kewajiban bagi perusahaan untuk membuat keputusan dengan tindakan yang diinginkan dalam melaksanakan tujuan dan nilai – nilai masyarakat, akan tetapi definisi dari Bowen tersebut diperbarui oleh Davis (1960), yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial merupakan keputusan dan tindakan yang diambil dengan alasan atau setidaknya sebagian melampaui kepentingan ekonomi perusahaan.

Menurut Thomas M. Jones (1980) dalam buku Mardikanto (2014 : 90), mendefinisikan, “*Corporate Social Responsibility is the notion that corporate have an obligation to constituent groups in society other than stockholders and beyond that prescribed by law and union contract. Two facets of this definition are critical. First, the obligation must be voluntarily adopted; behavior influenced by the coercive forces of law or union contract is not voluntary. Second, the obligation is a broad one, extending beyond the traditional duty to shareholders to other societal groups such as customers, employees, suppliers, and neighboring communities.*”

Versi lain mengenai definisi dari CSR dilontarkan oleh ISO26000. ISO 26000, memberikann definisi yang jelas tentang, “*responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

environment, through transparent and ethical behaviour that contributes to sustainable development, health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behaviour; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationships.”

b. Definisi Corporate Social Responsibility

Oliver Lass (2010) dalam Mardikanto (2014: 158 – 160), mengemukakan sedikitnya 5 landasan yang menempatkan CSR sebagai strategi bisnis, yaitu:

- (1) CSR sebagai strategi bersaing, yaitu yang menempatkan tanggung jawab sosial sebagai keunikan bisnis untuk memenangkan persaingan. Hal ini disebabkan karena, perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial memiliki keunikan yang terkait dengan tanggung jawabnya dalam pengelolaan bisnis yang tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, bisnis yang senantiasa menaati hukum atau peraturan yang berlaku, hukum yang selalu mengutamakan etika (jujur, transparan, anti korupsi, dll.), serta senantiasa peduli dengan masalah – masalah (sosial) yang sedang dihadapi oleh masyarakat di sekitarnya.
- (2) CSR sebagai strategi pengelolaan sumber daya alam, tidak hanya memiliki makna pelestarian sumber daya hayati, tetapi juga pencegahan kerusakan sumber daya alam yang mengakibatkan bencana, tetapi juga pelestarian sumber daya yang dibutuhkan bagi keberlanjutan bisnis (bahan baku dan energi). Selain itu, pengelolaan sumber daya alam melalui praktik – praktik: *reduce* (penghematan), *reuse* (pemanfaatan ulang), dan *recycle*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(pemanfaatan produk daur ulang), sesungguhnya merupakan praktik bisnis yang menguntungkan.

- (3) CSR sebagai strategi memuaskan *stakeholder*, merupakan praktik bisnis yang terus menerus menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Untuk selanjutnya, kepuasan dan loyalitas pelanggan; pada gilirannya akan berdampak pada peningkatan aksesibilitas dalam memperoleh permodalan, aksesibilitas pemasaran produk, serta aksesibilitas kebijakan untuk memperoleh dukungan politik dari pemerintah dan tokoh – tokoh masyarakat. Selain itu, kepuasan dan loyalitas pelanggan juga merupakan strategi yang dapat diandalkan sebagai keunggulan bersaing untuk menghadapi pesaing tradisional dan pesaing; (baru) yang potensial.
- (4) CSR sebagai strategi mengatasi isu dan krisis, oleh pelaku bisnis dapat digunakan sebagai “alat” untuk memperoleh dukungan dari para pemangku kepentingan dalam menghadapi isu – isu (negatif, yang merugikan) melalui terbangunnya citra perusahaan (seperti: isu lingkungan, isu kualitas produk, dll.). di pihak lain, praktik CSR yang membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan, sangat efektif dalam menghadapi krisis (utamanya yang berkaitan dengan krisis keuangan, krisis pemasaran, krisis ketenagakerjaan).
- (5) CSR sebagai implementasi *strategi philanthropy*, manajemen lingkungan dan penilaian dampak. *Strategi Philanthropy* akan berdampak pada: kepuasan dan loyalitas pelanggan utamanya dalam menghadapi isu – isu dan krisis. Manajemen lingkungan akan berdampak pada terjaminnya pasokan bahan baku dan energi, kenaikan keuntungan dari penghematan

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



biaya produksi, dan terhindarnya ancaman bencana / kerusakan sumber daya alam. Penilaian dampak, akan menjaga atau mencegah terjadinya isu – isu dan krisis kepercayaan dari *stakeholder*.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

c. Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Jones (1995) dalam Mardikanto (2014: 130 – 131), mengklasifikasi pemangku kepentingan kedalam 2 kategori, yaitu:

- (1) *Inside Stakeholders*, terdiri dari orang – orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada dalam organisasi perusahaan. Yang termasuk dalam *inside stakeholders* adalah pemegang saham (*stockholders*), para manager (*managers*), dan karyawan (*employees*).
- (2) *Outside stakeholders*, terdiri dari orang – orang maupun pihak – pihak (*constituencies*) yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Yang termasuk ke dalam kategori *outside stakeholders* adalah pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*), dan masyarakat secara umum (*general public*).

Perusahaan yang berkepentingan akan memberikan dukungan terhadap operasi perusahaan apabila mereka memperoleh imbalan dari perusahaan yang sebanding atau lebih besar daripada kontribusi yang mereka berikan kepada perusahaan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Bagi perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial, perusahaan tersebut harus membuat laporan mengenai kegiatan tanggung jawab sosialnya. Dalam pembuatan laporan tersebut terdapat perbedaan teknik pelaporan dalam laporan tahunnya. Perbedaan ini disebabkan karena perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban melaporkan aktivitas dari laporan keuangannya tetapi juga aktivitas-aktivitas lainnya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. *G4 Global Reporting Initiative Guidelines (GRI)* merupakan suatu lembaga yang independen dan multi *stakeholder process*. *GRI* merupakan pedoman yang sering digunakan sebagai rujukan dalam *CSR Reporting*. *GRI* sendiri dibentuk pada tahun 1997 oleh *Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES)* dan *United Nation Environmentally Programme (UNEP)*. Misi dari *GRI* adalah mengembangkan dan menyebarluaskan pedoman *sustainability reporting* secara global serta dalam pembuatan *sustainability reporting* semua perusahaan berpartisipasi secara rutin sehingga sebanding dengan *financial reporting*. (www.globalreporting.org)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 2.1
Kerangka Kerja GRI G4 Guidelines

Kategori	Aspek	Jumlah Indikator
Kinerja Ekonomi		
Ekonomi	Kinerja Ekonomi (4), Kehadiran Pasar (2), Dampak Ekonomi Tidak Langsung (2), Praktek Pengadaan (1)	9
Kinerja Lingkungan		
Lingkungan	Bahan (2), Energi (5), Air (3), Keanekaragaman Hayati (4), Emisi (7), Efluen dan Limbah (5), Produk dan Jasa (2), Kepatuhan (1), Transportasi (1), Lain – Lain (1), Asesmen Pemasok atas Lingkungan (2), Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan (1)	34
Kinerja Sosial		
Tenaga Kerja dan Pekerjaan yang Layak	Kepegawaian (3), Hubungan Industrial (1), Kesehatan dan Keselamatan Kerja (4), Pelatihan dan Pendidikan (3), Keberagaman dan Kesetaraan Peluang (1), Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki – Laki (1), Asesmen Pemasok atas Praktik Ketenagakerjaan (2), Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan (1)	16
Hak Asasi Manusia	Investasi (2), Non-diskriminasi (1), Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama (PKB) (1), Pekerja Anak (1), Pekerja Paksa atau Wajib Kerja (1), Praktik Pengamanan (1), Hak Adat (1), Asesmen (1), Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia (2), Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia (1)	12
Kemasyarakatan	Masyarakat Lokal (2), Anti-korupsi (3), Kebijakan Publik (1), Anti-persaingan (1), Kepatuhan (1), Asesmen Pemasok atas Dampak terhadap Masyarakat (2), Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat (1)	11
Pertanggung Jawaban Produk	Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan (2), Pelabelan Produk dan Jasa (3), Komunikasi Pemasaran (2), Privasi Pelanggan (1), Kepatuhan (1)	9
Jumlah		91

Sumber : *Global Reporting Initiative G4 Guidelines*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

5. Laporan Keuangan

a. Pengertian Laporan Keuangan

Menurut Standar Akutansi Keuangan (PSAK) no.1 per Juni 2012 Paragraf 10 laporan keuangan adalah “suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan dari suatu entitas. Laporan ini disusun sekurang-kurangnya satu tahun sekali untuk memenuhi kebutuhan sejumlah besar penggunaannya. Oleh karena itu, laporan keuangan tersebut harus disusun dan disajikan dengan mempertimbangkan kebutuhan mereka.”



Menurut Harahap (2011 : 205), laporan keuangan merupakan output dari hasil akhir proses akuntansi yang menjadikan bahan informasi bagi para pemakainya sebagai bahan proses pengambilan suatu keputusan. Selain sebagai informasi, laporan keuangan juga sebagai pertanggung jawaban atau *accountability* dan menggambarkan suatu kesuksesan perusahaan dalam mencapai keuntungan. Menurut Kasmir (2017 : 7), laporan keuangan adalah laporan yang menunjukan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan dalam satu periode tertentu.

b. Tujuan Laporan Keuangan

Menurut Standar Akutansi Keuangan dalam buku Harapan (2012 : 125), tujuan laporan keuangan adalah penyediaan informasi yang menyatakan posisi keuangan, kinerja, dan perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi investor dalam pengambilan keputusan. Sedangkan menurut Kasmir (2014), mengungkapkan bahwa laporan keuangan bertujuan untuk :

- (1) Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva (harta) yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
- (2) Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal uanh dimiliki perusahaan pada saat ini.
- (3) Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapat yang diperoleh pada suatu periode tertentu.
- (4) Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.
- (5) Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva dan modal perusahaan.



- (6) Memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.
- (7) Memberikan informasi tentang catatan-catatan atas laporan keuangan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

6. Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Tujuan suatu perusahaan yang ingin dicapai adalah memperoleh laba semaksimal mungkin. Laba yang diperoleh suatu perusahaan dapat meningkatkan kinerja dan kualitas produk perusahaan. Dalam pencapaian laba yang maksimal maka setiap perusahaan menuntut para manajer untuk memenuhi target yang telah ditetapkan.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam Standard Akuntansi Keuangan (SAK 2015:13), keuntungan mencerminkan suatu definisi penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan memberikan manfaat ekonomi, dengan demikian pada hakikatnya tidak berbeda dengan pendapatan.

Menurut FASB (*Financial Accounting Standard Board*) dalam buku Harahap (2012 : 245) “profitabilitas adalah perubahan dalam ekuitas (*net asset*) dari suatu *entity* selama satu periode tertentu yang diakibatkan oleh transaksi dan kejadian atau peristiwa yang berasal bukan dari pemilik.”

Perusahaan yang dapat memperoleh laba besar, maka dapat dikatakan berhasil dan memiliki kinerja yang bagus. Sebaliknya, jika laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut kurang berhasil dan memiliki kinerja yang kurang baik.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

- (1) Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- (2) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- (3) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- (4) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- (5) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
- (6) Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Sedangkan manfaat yang diperoleh dari rasio profitabilitas adalah:

- (1) Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- (2) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- (3) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- (4) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- (5) Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Jenis-jenis profitabilitas tersebut digunakan untuk menilai dan mengukur posisi keuangan perusahaan untuk beberapa periode tertentu. Menurut Kasmir (2015:124), Pengukuran profitabilitas dilakukan dalam berbagai cara, yaitu:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- (1) Margin Laba Penjualan (*Profit Margin on Sales*).
- (2) Daya Laba Dasar (*Basic Earning Power*).
- (3) Hasil Pengembalian Total Aktiva (*Return on Assets/ROA*).
- (4) Hasil Pengembalian Ekuitas (*Return on Equity/ROE*).
- (5) *Gross Profit Margin*.
- (6) *Operating Income Ratio*.
- (7) *Operating Ratio*.
- (8) *Net Profit Margin*.
- (9) *Earning Power to Total Investment*.
- (10) *Net Earning Power Ratio*.
- (11) *Rate of Return for Owners*.

Akan tetapi dalam praktiknya, jenis – jenis profitabilitas yang dapat digunakan adalah:

- (1) Profit Margin (*Profit Margin on Sales*).
- (2) Return on Investment (ROI).
- (3) Return on Equity (ROE).
- (4) Laba per lembar saham.

c. Pengukuran Profitabilitas

Pengukuran profitabilitas merupakan rasio yang dapat menilai kemampuan suatu perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan tingkat efektivitas manajemen dalam suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan Kasmir (2015 : 196).

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva dalam upaya memperoleh pendapatan. ROA diperoleh dengan membandingkan antara laba bersih dengan total aktiva. ROA yang tinggi menunjukkan manajer lebih efisien daripada ROA yang rendah. Efisiensi yang baik merupakan syarat bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan usaha.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

7. *Leverage*

Leverage adalah penggunaan sumber – sumber pembiayaan perusahaan yang berasal dari investor baik yang merupakan sumber pembiayaan jangka pendek maupun sumber pembiayaan jangka panjang akan menimbulkan utang yang biasanya disebut dengan *leverage*.

Menurut Kasmir (2008 : 165), Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva suatu perusahaan yang dibiayai dengan utang. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio leverage digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk membayar semua kewajibannya, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang apabila perusahaan tersebut dibubarkan.

Hubungan *Leverage* dan luas pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki hubungan yang positif karena tambahan informasi yang diperlukan untuk menghilangkan keraguan investor kepada perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial diperlukan. Perusahaan akan melakukan aktivitas sosial yang positif dan mengungkapkannya untuk memberikan kepercayaan bahwa perusahaan tersebut dapat melunasi hutang – hutangnya. Sebaliknya semakin tinggi *leverage* semakin besar kemungkinan perusahaan akan melakukan suatu pelanggaran perjanjian kreditur sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sekarang lebih tinggi. Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya yang dikeluarkan perusahaan termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial.

Debt equity ratio digunakan untuk mengukur tingkat penggunaan hutang terhadap total *shareholder's equity* yang dimiliki perusahaan. Rasio ini menunjukkan pentingnya sumber modal pinjaman dan tingkat keamanan yang dimiliki kreditur. Maka perusahaan membayar utang yang dimiliki dengan modal pinjaman dari investor. Sedangkan debt to total assets menghitung aset yang tidak mendapatkan tingkat keamanan karena aset tersebut bisa saja berubah.

8. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar atau kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equitas, nilai penjualan atau nilai total aset. Besarnya perusahaan tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan besar dengan aktifitas yang besar dapat berpengaruh terhadap masyarakat. Pemegang saham akan memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan semakin luas.

Masalah lain muncul, menyangkut ukuran perusahaan yang wajib melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hanya untuk perusahaan besar maupun termasuk usaha kecil bahkan usaha mikro. Pertanyaan ini mudah dipahami, karena untuk melaksanakan pengungkapan tanggung jawab sosial seringkali dibutuhkan biaya yang tidak sedikit, yang sulit dapat dipenuhi oleh usaha kecil atau usaha mikro. Keluasan pengungkapan tanggung jawab sosial bervariasi tergantung ukuran perusahaan. Organisasi lebih besar cenderung menunjukkan kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih banyak daripada organisasi yang lebih kecil. Selain itu, organisasi yang lebih besar biasanya mempunyai keuangan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang lebih baik sehingga memungkinkan melakukan sejumlah kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial. Mardikanto (2014), dengan tegas mengatakan bahwa untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial tidak harus menunggu menjadi pengusaha besar. Sebab yang penting perusahaan dapat bersemangat atau niat untuk melakukan bertanggung jawab untuk peduli, dan bukan hanya sekadar mementingkan keuntungan (ekonomi) semata.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian Ika (2012) mengenai Mekanisme Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia dengan sampel 17 perusahaan manufaktur periode 2007- 2009. Penelitian ini menggunakan Mekanisme Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas sebagai variabel independen. Dari penelitian ini dibuktikan bahwa Mekanisme Corporate Governance yang diukur dengan jumlah dewan komisaris dan profitabilitas yang diukur dengan net profit margin berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian Kurnianingsih (2013) mengenai Pengaruh Profitabilitas dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility. Dari penelitian ini dibuktikan bahwa Profitabilitas dan Size Perusahaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan.

Penelitian (Purwanto, 2011) mengenai Profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari penelitian ini menyatakan bahwa Tipe industri dan ukuran

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

Penelitian Thio Lie Sha (2014) mengenai Pengaruh ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI dengan sampel sebanyak 30 perusahaan. Hasil penelitian menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan dan profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Ukuran dewan komisaris dan leverage tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian Ernawati (2016) mengenai Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Hasil penelitian menyatakan bahwa Profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian Rindawati (2015) mengenai Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan publik tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Hak cipta milik ISI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Profitabilitas merupakan cara perusahaan untuk memperoleh laba. Semakin besar laba yang dimiliki perusahaan maka semakin besar juga kemampuan perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial. Perusahaan akan mengungkapkan tanggung jawab sosial untuk mendapatkan perhatian dan nilai positif dari stakeholders. Menurut Putri dan Christiawan (2014) mengatakan bahwa perusahaan yang mampu menghasilkan profit adalah perusahaan yang memiliki manajemen yang mengerti dan peduli terhadap lingkungan sosial. Perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi juga akan mempertahankan citra yang mereka buat untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

2. Pengaruh *Leverage* Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Leverage merupakan gambaran penting dalam struktur modal usaha yang terjadi di salah satu sumber pendanaan. Aspek tersebut digunakan untuk melihat kinerja suatu perusahaan dari hutang perusahaan. Menurut Sawir (2001 :13) dalam penelitian Decky (2014), Debt Equity Ratio merupakan rasio yang dapat menggambarkan perbandingan antar utang dan equitas dalam pendanaan perusahaan dalam menunjukkan kemampuan perusahaan dengan modal sendiri untuk memenuhi seluruh kewajibannya. Perusahaan yang memiliki leverage yang rendah akan menambah pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal tersebut menyatakan bahwa leverage berpengaruh negatif.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Ukuran perusahaan adalah besar atau kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equitas, nilai penjualan atau nilai total aset. Semakin besar perusahaan maka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

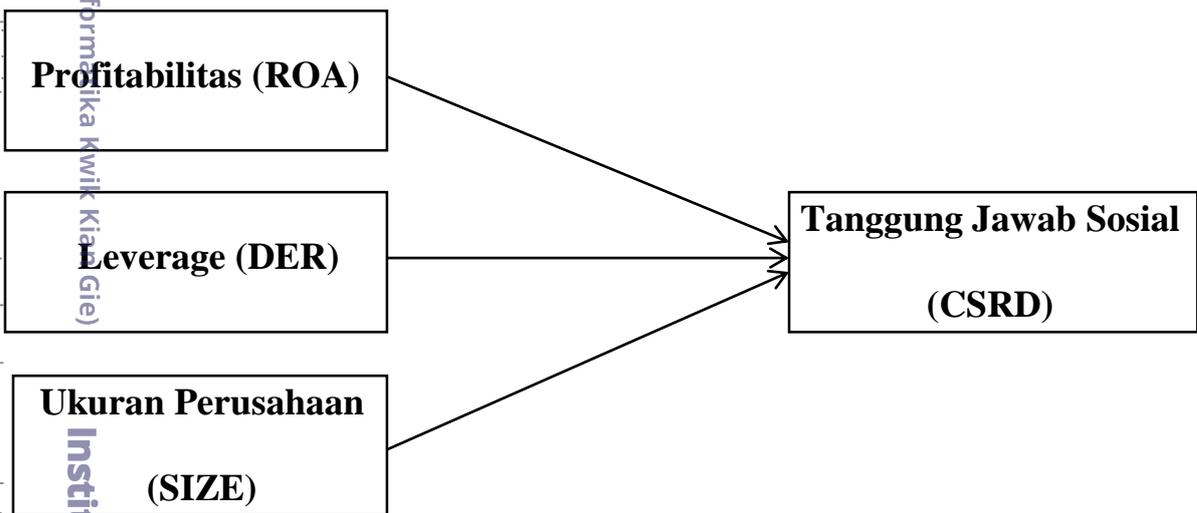
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



semakin besar juga pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian Florence (2004), Sembiring (2005) dan Machmud (2008) menunjukkan pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab social. Ukuran perusahaan yang lebih besar tidak akan lepas dari tekanan, dengan aktivitas operasi yang lebih besar dan memberikan pengaruh besar kepada masyarakat akan membuat pemegang saham lebih memperhatikan program sosial perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosialnya akan semakin luas.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang dijelaskan, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H₁ : Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial.

H₂ : *Leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap tanggung jawab sosial.

H₃ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial.