

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Teori Sinyal (Signalling Theory)

Menurut Scott (2015 : 503), teori sinyal menyatakan bahwa terdapat kandungan informasi pada pengumuman suatu informasi yang dapat menjadi sinyal bagi investor dan pihak potensial lainnya dalam mengambil keputusan ekonomi. Suatu pengumuman dikatakan mengandung informasi apabila dapat memicu reaksi pasar, yaitu dapat berupa perubahan harga saham. Apabila pengumuman tersebut dapat memberikan dampak positif berupa kenaikan harga kenaikan harga saham, maka pengumuman tersebut merupakan sinyal positif. Namun jika pengumuman tersebut memberikan dampak negatif, maka pengumuman tersebut merupakan sinyal negatif. Berdasarkan teori ini maka pengumuman laporan keuangan atau laporan audit merupakan informasi yang penting dan dapat mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan.

Teori sinyal juga mengemukakan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal tersebut berupa informasi mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik ataupun kepada pihak yang berkepentingan. Sinyal yang diberikan dapat juga dilakukan melalui pengungkapan informasi akuntansi seperti laporan keuangan, laporan apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik, atau bahkan dapat berupa promosi serta informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari perusahaan lain. Jika yang dilaporkan adalah *good news*, maka perusahaan akan cenderung cepat menyelesaikan laporan audit,





begitu juga sebaliknya jika yang dilaporkan adalah *bad news*, maka perusahaan

akan cenderung melaporkan laporan audit tidak tepat waktu. Teori sinyal ini membahas bagaimana seharusnya sinyal – sinyal keberhasilan atau kegagalan manajemen (*agent*) disampaikan kepada pemilik modal (*principle*).

2 Teori Stakeholders (*Stakeholder's Theory*)

Teori *Stakeholder*, semua *stakeholder* memiliki hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang mempengaruhi mereka. Pada awalnya, pemegang saham sebagai satu – satunya *stakeholder* perusahaan. Pandangan ini di dasarkan pada argumen yang disampaikan Friedman (1962) yang mengatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemiliknya. Namun demikian, Freeman (1983) tidak setuju dengan pandangan ini dan memperluas definisi *stakeholder* dengan memasukan konstituen yang lebih banyak, termasuk kelompok yang tidak menguntungkan (*adversial group*) seperti pihak yang memiliki kepentingan tertentu dan regulator (Ghozali dan Chariri, 2007:409). Oleh sebab itu, dalam penelitian Rosiana, Juliarsa dan Sari (2013) dukungan dari *stakeholder* sangat mempengaruhi keberadaan suatu perusahaan. Menurut Jensen (2001) menyatakan bahwa keputusan manajemen harus memperhatikan *stakeholder*-nya untuk meningkatkan nilai perusahaan. *Stakeholder* juga mempunyai hak terhadap tindakan – tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, seperti halnya pemegang saham (Waryanti, 2009).

3 Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Bagian penting yang ingin dicapai suatu perusahaan adalah memperoleh laba semaksimal mungkin. Dengan laba yang diperoleh suatu perusahaan

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.



maka perusahaan dapat pula memakmurkan karyawan serta meningkatkan mutu dan produk perusahaan. Dalam pencapaian laba maksimal setiap perusahaan dalam praktiknya menuntut para manajer untuk memenuhi target yang telah ditetapkan.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam Standard Akuntansi Keuangan (SAK 2015:13) keuntungan mencerminkan pos lainnya yang memenuhi definisi penghasilan dan mungkin timbul atau mungkin tidak timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa. Keuntungan mencerminkan kenaikan manfaat ekonomi dan dengan demikian pada hakikatnya tidak berbeda dengan pendapatan. Oleh karena itu, pos tersebut tidak dipandang sebagai unsur terpisah dalam kerangka dasar ini. Menurut FASB (*Financial Accounting Standard Board*) 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 (Harahap, 2012:245)

Dewasa ini banyak pimpinan mendasarkan kinerja perusahaan yang dipimpin pada *financial performance*. Paradigma yang dianut oleh banyak perusahaan tersebut adalah *profit oriented*. Perusahaan yang dapat memperoleh laba besar, maka dapat dikatakan berhasil, atau memiliki kinerja finansial yang bagus. Sebaliknya, apabila laba yang diperoleh perusahaan relative kecil, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau kinerja kurang baik.

b. Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, 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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- (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 darirasio 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

Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Maka profitabilitas dibagi dalam beberapa jenis yang dapat digunakan. Jenis-jenis profitabilitas tersebut digunakan untuk menilai serta mengukur posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode atau untuk beberapa periode tertentu. Menurut Kasmir (2015:124) Pengukuran profitabilitas dilakukan dalam berbagai cara, yaitu:

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.



- (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 atau yang dikenal dengan 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. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Kasmir 2015 : 196).

© 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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

a. Sejarah Lahirnya *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial dari hubungannya dengan komunitas lokal, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan (*trust*). CSR tentunya sangat berkaitan dengan kebudayaan perusahaan dan etika bisnis yang harus dimiliki oleh budaya perusahaan, karena untuk melaksanakan CSR diperlukan suatu budaya yang didasari oleh etika yang bersifat adaptif (Bambang Rudito, 2013:1).

Lahirnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau yang biasa sering dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan pada abad ke-19. Pertama kali dipelopori oleh Bowem pada tahun 1953. Bowem mendefinisikan CSR sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai – nilai masyarakat (Totok Mardikanto, 2014:86).

Karya Bowem tersebut melahirkan suatu kesadaran para pelaku bisnis akan pentingnya CSR. Kesadaran akan pentingnya CSR tersebut berkembang juga di negara berkembang yang salah satunya adalah Indonesia. Menurut Almar *et al.* (2012) menyatakan bahwa munculnya CSR karena adanya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan sosialnya,

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.



sebagai akibat dari eksplorasi yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan produksinya.

Corporate social responsibility tidak hanya terbatas pada konsep pemberian donor (dana) saja, tapi konsepnya sangat luas dan tidak bersifat statis dan pasif, hanya dikeluarkan dari perusahaan, akan tetapi hak dan kewajiban yang dimiliki bersama antar *stakeholders*. Konsep *corporate social responsibility* melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, juga masyarakat setempat (lokal). Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama antar *stakeholders*.

Corporate Social Responsibility (CSR) dibagi menjadi 3 komponen utama yaitu *Profit* (Laba), *People* (Masyarakat), *Planet* (Lingkungan). Ketiga komponen ini kerap dijadikan dasar perencanaan, pengungkapan dan evaluasi (pelaporan) program – program *corporate social responsibility* yang kemudian dikenal sebagai *triple bottom line* (John Elkington, 1997) dalam Suciwati *et al.* (2012:106). Sebelumnya, perusahaan berpijak pada *single bottom line* dimana perusahaan hanya mementingkan para pemangku kepentingan dalam hal ini *shareholders* dimana mereka memberikan kontribusi secara langsung kepada perusahaan daripada *stakeholders* yang secara tidak langsung memberikan kontribusi kepada perusahaan tersebut. Menurut Angga Satria Putra (2015:89) agar perusahaan dapat bertahan perlu menunjukkan perannya terhadap lingkungan baik internal (hak dan status karyawan, keselamatann kerja) maupun eksternal (polusi, limbah, penyusutan sumber daya, kualitas dan keamanan produk) sebagai suatu bentuk tanggung jawab.

© 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.



b. Definisi Corporate Social Responsibility

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development*, CSR didefinisikan: “komitmen bisnis untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan karyawan, keluarga mereka dan masyarakat lokal.” (Totok Mardikanto, 2014:93).

Menurut Bowen (1953) CSR merupakan kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai – nilai masyarakat, akan tetapi definisi dari Bowen tersebut diperbaharui oleh Davis (1960) yang menyatakan bahwa CSR merupakan keputusan dan tindakan bisnis diambil dengan alasan, atau setidaknya sebagian melampaui kepentingan ekonomi atau teknis langsung perusahaan.

Menurut Thomas M. Jones (1980) mendefinisikan CSR sebagai berikut “*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.*”

Corporate social responsibility menurut www.csrindonesia.com merupakan suatu upaya manajemen yang dijalankan entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasarkan keseimbangan

© 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.



ekonomi, sosial, dan lingkungan dengan meminimumkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif tiap pilar.

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

c. **Penggunaan Corporate Social Responsibility sebagai Strategi Perusahaan**

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

- (1) CSR sebagai strategi bersaing, yaitu yang menempatkan CSR sebagai keunikan bisnis untuk memenangkan persaingan. Hal ini disebabkan karena, perusahaan yang melakukan CSR memiliki keunikan yang terkait dengan tanggungjawabnya dalam pengelolaan bisnis yang tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, bisnis yang senantiasa menaati hukum/ peraturan yang berlaku, hukum yang selalu mengedepankan etika (jujur, transparan, anti korupsi, dll.), serta senantiasa peduli dengan masalah – masalah (sosial) yang sedang dihadapi oleh masyarakat di sekitarnya.

© 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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- (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), *resue* (pemanfaatan ulang), dan *recyle* (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

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.



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

d. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Jones (1995) dalam Totok 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

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.

(*suppliers*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*), dan masyarakat secara umum (*general public*).

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

e. **Pengukuran *Corporate Social Responsibility***

Dalam penelitian Suciwati *et al.* (2016 : 107) *corporate social responsibility* diukur dengan menggunakan indikator pengungkapan GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus – menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. GRI diharapkan berfungsi sebagai dasar pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan laporan tahunan perusahaan. GRI G4 *Guidelines* terdiri dari 3 fokus kinerja pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial (tenaga kerja, HAM, sosial, tanggung jawab produk) dengan 91 indikator. Mengingat masih sedikitnya perusahaan di Indonesia yang melaporkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam bentuk *sustainable reporting*, maka penelitian ini hanya terbatas pada data – data yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini juga agar tidak terjadi kesenjangan antara perusahaan yang sudah membuat *sustainable reporting* dengan perusahaan yang belum membuatnya.

(1) Kinerja Ekonomi (EC)





Kinerja Ekonomi dalam GRI G4 *guidelines* memakai simbol EC.

Kinerja ekonomi memiliki 4 aspek pembahasan yang terdiri dari 9 indikator. Aspek pembahasan kinerja ekonomi antara lain adalah:

- (a) Kinerja ekonomi (4 indikator)
- (b) Keberadaan di pasar (2 indikator)
- (c) Dampak ekonomi tidak langsung (2 indikator)
- (d) Praktik pengadaan (1 indikator)

(2) Kinerja Lingkungan (EN)

Kinerja lingkungan dalam GRI G4 *guidelines* memakai simbol EN. Kinerja lingkungan memiliki 11 aspek pembahasan yang terdiri dari 34 indikator. 11 aspek pembahasan kinerja lingkungan antara lain adalah:

- (a) Bahan (2 indikator)
- (b) Energi (4 indikator)
- (c) Air (3 indikator)
- (d) Keanekaragaman hayati (4 indikator)
- (e) Emisi (7 indikator)
- (f) Efluen dan limbah (5 indikator)
- (g) Produk dan jasa (2 indikator)
- (h) Kepatuhan (1 indikator)
- (i) Transportasi (1 indikator)
- (j) Lain – lain (1 indikator)
- (k) Assesmen pemasok atas lingkungan (2 indikator)
- (l) Mekanisme pengaduan masalah lingkungan (1 indikator)

(3) Kinerja Sosial

© 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.



Dalam kategori kinerja sosial pemakaian simbol berdasarkan pada subkategori yang ada. Menurut GRI G4 *guidelines* kategori kinerja sosial terbagi atas 4 sub kategori yang terdiri atas 30 aspek pembahasan dalam 48 indikator penilaian. Berikut adalah sub kategori dan aspek pembahasan tersebut:

(a) Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja (LA)

- (i) Kepegawaian (3 indikator)
- (ii) Hubungan industrial (1 indikator)
- (iii) Kesehatan dan keselamatan kerja (4 indikator)
- (iv) Pelatihan dan pendidikan (3 indikator)
- (v) Keberagaman dan kesetaraan peluang (1 indikator)
- (vi) Kesetaraan remunerasi perempuan dan laki-laki (1 indikator)
- (vii) Assesmen pemasok atas praktik ketenagakerjaan (2 indikator)
- (viii) Mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan (1 indikator)

(b) Hak Asasi Manusia (HR)

- (i) Investasi (2 indikator)
- (ii) Non – diskriminasi (1 indikator)
- (iii) Kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama (1 indikator)
- (iv) Pekerja anak (1 indikator)
- (v) Pekerja paksa atau wajib kerja (1 indikator)



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- (vi) Praktik pengamanan (1 indikator)
- (vii) Hak adat (1 indikator)
- (viii) Asesmen (1 indikator)
- (ix) Asesmen pemasok atas hak asasi manusia (2 indikator)
- (x) Mekanisme pengaduan masalah hak asasi manusia (1 indikator)

(c) Masyarakat (SO)

- (i) Masyarakat lokal (2 indikator)
- (ii) Anti – korupsi (3 indikator)
- (iii) Kebijakan publik (1 indikator)
- (iv) Anti persaingan (1 indikator)
- (v) Kepatuhan (1 indikator)
- (vi) Asesmen pemasok atas dampak pada masyarakat (2 indikator)
- (vii) Mekanisme pengaduann dampak terhadap masyarakat (1 indikator)

(d) Tanggung jawab atas produk (PR)

- (i) Kesehatan dan keselamatan pelanggan (2 indikator)
- (ii) Pelabean produk dan jasa (3 indikator)
- (iii) Komunikasi pemasaran (2 indikator)
- (iv) Privasi pelanggan (1 indikator)
- (v) Kepatuhan (1 indikator)

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. Penelitian Terdahulu

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010 - 2013)

Nama Peneliti	Anggara Satria Putra
Tahun Penelitian	2015
Objek yang diteliti	Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi
Jumlah Sampel	18 perusahaan
Variabel Dependen	Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM)
Variabel Independen	Corporate Social Responsibility Index (CSRI)
Alat Analisis	<i>Partial Least Square</i> (PLS) 1. Uji <i>Outer</i> Model 2. Uji <i>Inner</i> Model
Hasil Penelitian	CSR yang terbukti berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan adalah <i>Return On Asset</i> (ROA) dan <i>Net Profit Margin</i> (NPM). Sedangkan yang tidak tidak terbukti adalah <i>Return On Equity</i> (ROE)
Sumber	Jurnal Nominal Volume IV Nomor 2 Tahun 2015

2. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institusit Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institusit 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.



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.

Nama Peneliti	Multafia Almar, Rima Rachmawati, dan Asfia Murni
Tahun Penelitian	2012
Objek yang diteliti	Perusahaan Sektor Industri Semen
Jumlah Sampel	3 perusahaan
Variabel Dependen	Return On Assets (ROA), Net Profit Margin (NPM)
Variabel Independen	Corporate Social Responsibility Index (CSRI)
Alat Analisis	1. Analisis Regresi Ganda 2. Uji Asumsi Klasik
Model Penelitian	ROA : $Y = -0.334 + 1.062X$ NPM : $Y = -0.231 + 0.897$
Hasil Penelitian	CSR yang terbukti berpengaruh kuat terhadap profitabilitas perusahaan adalah <i>Return On Asset</i> (ROA) dan <i>Net Profit Margin</i> (NPM).
Sumber	Seminar Nasional Akuntansi dan Bisnis 2012

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2010 – 2013)

Nama Peneliti	Desak Putu Suciwati, Desak Putu Arie Pradnyan, Cening Ardina
Tahun Penelitian	2016



Objek yang diteliti	Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia
Jumlah Sampel	60 Perusahaan
Variabel Dependen	<i>Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE)</i>
Variabel Independen	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>
Alat Analisis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uji Asumsi Klasik 2. Analisis Regresi Ganda 3. Uji Multikolonieritas 4. Uji Autokorelasi 5. Uji Heteroskedastisitas
Model Penelitian	$Y_1 = a + b_x + e$ $Y_2 = a + b_x + e$
Hasil Penelitian	CSR yang terbukti berpengaruh terhadap <i>Return On Asset (ROA)</i> dan <i>Return On Equity (ROE)</i>
Sumber	Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 12 No. 2 Juli 2016

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

C. Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh Pengungkapan Kinerja Ekonomi Terhadap Profitabilitas

Program *corporate social responsibility* yang menyangkut 3P (*profit, planet, people*) membutuhkan dana untuk melaksanakannya. Dalam kinerja ekonomi, *profit* merupakan hal yang sangat diperhatikan. Dalam suatu perusahaan tentu saja *profit* adalah hal utama yang ingin dicapai perusahaan karena merupakan

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.



keberlangsungan perusahaan yang awalnya merupakan prinsip *corporate social*

C *responsibility* yaitu *going concern*.

Kinerja ekonomi perusahaan bukan hanya membahas tentang bagaimana cara perusahaan mendapatkan laba, akan tetapi membahas apa saja yang sudah perusahaan lakukan dalam kinerja ekonomi perusahaan terhadap negara. Dengan kata lain adalah tanggung jawab apakah yang dilakukan oleh perusahaan dalam kinerja ekonominya. Tanggung jawab perusahaan dalam ekonomi bisa saja dengan melakukan pembangunan infrastruktur ataupun pemberian upah gaji kepada karyawan perusahaan. Perusahaan yang melaporkan hal tersebut tentunya akan sangat menarik minat para *stakeholder*. Menurut Almar *et. al* (2012) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif serta signifikan antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas perusahaan. Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa dengan menjalankan *corporate social responsibility* diharapkan dapat meningkatkan laba/ profitabilitas perusahaan tersebut dan kinerja ekonomi akan meningkat pula.

2. Pengaruh Pengungkapan Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas

Program *corporate social responsibility* juga membahas tentang kinerja lingkungan. Kinerja lingkungan perusahaan merupakan hal yang sangat penting, karena perusahaan dapat bertahan hidup di lingkungan tersebut sehingga harus dijaga dan dirawat. Perusahaan – perusahaan yang berdiri di tengah masyarakat khususnya perusahaan otomotif harus sangat memperhatikan kondisi lingkungan. Hal ini disebabkan karena perusahaan – perusahaan yang bergerak di bidang otomotif pada saat memproduksi produknya menggunakan bahan – bahan kimia dan limbah yang sangat berbahaya sehingga apabila hal ini tidak

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.



diperhatikan maka lingkungan yang ada di sekitar perusahaan akan terancam rusak.

Kinerja lingkungan yang dilakukan perusahaan sangat penting karena dengan adanya perhatian terhadap lingkungan tentunya perusahaan akan dapat bertahan hidup sesuai dengan prinsip *corporate social responsibility* yaitu *going concern*. Apabila lingkungan sekitar perusahaan terawat seperti adanya penanganan aturan pembuangan limbah agar tidak mencemari lingkungan atau asap – asap pabrik yang membuat polusi di daerah sekitar lingkungan tersebut dengan cara penghijauan maka itu juga akan membuat tingkat ketertarikan para *stakeholder* meningkat.

3 Pengaruh Pengungkapan Kinerja Sosial terhadap Profitabilitas

Program *corporate social responsibility* yang terakhir adalah *people*. Dalam program *people* lebih membahas kepada kinerja sosial. Kinerja sosial bagi beberapa perusahaan mungkin merupakan hal yang tidak terlalu penting akan tetapi sebenarnya kinerja sosial merupakan suatu sumber daya yang sangat diperlukan oleh perusahaan salah satunya adalah sumber tenaga kerja. Dalam tanggung jawab perusahaan di bidang sosial, biasanya perusahaan memberikan beasiswa ataupun mengadakan seminar yang biasa bertemakan hidup sehat yang merupakan salah satu dari indikator menurut GRI G4.

Kinerja sosial yang dilakukan perusahaan sebenarnya sangat penting karena selain merupakan sumber tenaga kerja, perusahaan dapat berdiri karena mendapatkan ijin dari masyarakat sekitar. Perusahaan yang melakukan kinerja sosial yang baik tentunya akan mendapatkan respon yang cukup baik dari masyarakat sekitar sehingga respon yang baik tersebut merupakan signal yang

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.

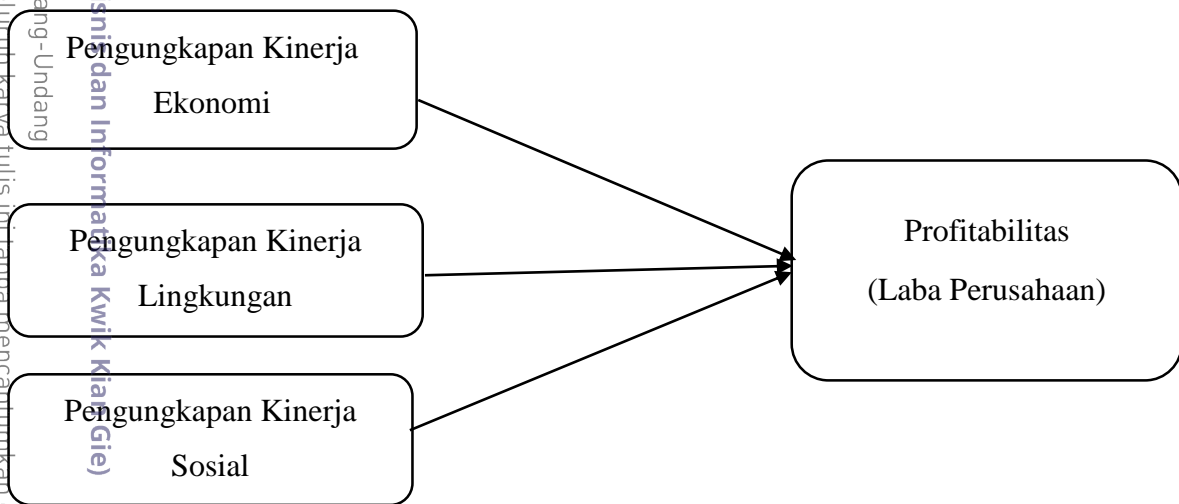


baik bagi perusahaan dan meningkatkan respon yang cukup baik bagi para stakeholder.

Dengan demikian hubungan antara pengaruh kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial terhadap profitabilitas perusahaan dapat digambarkan sebagai berikut:

GAMBAR 2.1

Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis

Bedasarkan pemaparan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha1 : Pengungkapan Kinerja ekonomi berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan

Ha2 : Pengungkapan Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan

Ha3 : Pengungkapan Kinerja sosial berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (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.