

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya yang Terkait

Terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu untuk mendapatkan bahan perbandingan serta memperjelas pembahasan dalam penelitian.

Berikut ini uraian singkat dari hasil penelitian terdahulu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ana Wahyuningsih. 2018. Pengaruh Size, Leverage dan Proftabilitas terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif dengan menggunakan uji regresi linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Size, Leverage dan Proftabilitas berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2.	Jayanti Purnasiwi. 2014. Analisis pengaruh size, profitabilitas dan leverage terhadap	Untuk menguji hipotesis digunakan analisis regresi linier berganda yang dilakukan	Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa: Secara simultan dan parsial size, profitabilitas dan leverage berpengaruh terhadap

No	Nama Dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia	dengan bantuan SPSS 16.0 for windows.	pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3.	Syailendra Eka Saputra. 2016. Pengaruh leverage, profitabilitas dan size terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia	Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif dengan menggunakan uji regresi linier berganda.	Berdasarkan hasil pengujian ditemukan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dan parsial antara leverage, profitabilitas dan size terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> pada perusahaan di bursa efek Indonesia.
4.	Ida Bagus. 2015. Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap profitabilitas dan pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> .	Metode analisis kuantitatif dengan menggunakan uji regresi linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap profitabilitas dan pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> .

No	Nama Dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
5.	Rheza Dwi Respati. 2015. analisis pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, tipe industri, dan pengungkapan media terhadap pengungkapan corporate social responsibility	Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.	Kesimpulan yang dapat ditarik adalah terdapat pengaruh secara parsial serta simultan antara profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, tipe industri, dan pengungkapan media terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ana Wahyuningsih (2018). mengenai Pengaruh Size, Leverage dan Proftabilitas terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah terletak pada variabel bebas dan variabel terikat, metode penelitian yang menggunakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sekarang salah satunya adalah pada lokasi penelitian, data penelitian.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Jayanti Purnasiwi (2014), mengenai Analisis pengaruh size, profitabilitas dan leverage terhadap

pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah terletak pada variabel bebas dan variabel terikat, metode penelitian yang menggunakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sekarang salah satunya adalah pada lokasi penelitian, data penelitian serta versi SPSS yang digunakan pada penelitian oleh Jayanti menggunakan versi 16 sedangkan pada peneliti sekarang menggunakan versi 25.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Syailendra Eka Saputra (2016), mengenai Pengaruh leverage, profitabilitas dan size terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah terletak pada variabel bebas dan variabel terikat, metode penelitian yang menggunakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sekarang salah satunya adalah pada lokasi penelitian, data penelitian serta versi SPSS yang digunakan pada penelitian oleh Jayanti menggunakan versi 16 sedangkan pada peneliti sekarang menggunakan versi 25.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ida Bagus (2015), mengenai Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility*. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah terletak pada variabel bebas dan variabel terikat, metode penelitian yang menggunakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Sedangkan perbedaan dalam

penelitian ini dengan penelitian sekarang salah satunya adalah pada lokasi penelitian, data penelitian.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rheza Dwi Respati (2015) mengenai analisis pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, tipe industri, dan pengungkapan media terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah terletak pada metode penelitian yang menggunakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah pada jumlah variabel bebas, lokasi penelitian, data penelitian.

B. Teori-Teori yang Berhubungan dengan Variabel Penelitian

1. Ukuran Perusahaan

a. Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu skala yang mengklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan dengan berbagai cara antara lain dinyatakan dalam total aset, total penjualan, nilai pasar saham, dan lain-lain. Menurut Riyanto (2013:313) “ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva”.

Menurut Niresh (2014:57) “ukuran perusahaan adalah faktor utama untuk menentukan profitabilitas dari suatu perusahaan dengan konsep yang biasa dikenal dengan skala ekonomi”. Maksudnya skala ekonomi menunjuk kepada keuntungan biaya rendah yang didapat oleh perusahaan besar karena dapat menghasilkan produk dengan

harga per unit yang rendah. Perusahaan dengan ukuran besar membeli bahan baku (input produksi) dalam jumlah yang besar sehingga perusahaan akan mendapat potongan harga (*quantity discount*) lebih banyak dari pemasok.

Menurut Setiawan (2013:90) dilihat dari sisi kemampuan memperoleh dana untuk ekspansi bisnis, perusahaan besar mempunyai akses yang besar ke sumber-sumber dana baik ke pasar modal maupun perbankan, untuk membiayai investasinya dalam rangka meningkatkan labanya.

Perusahaan yang lebih besar memiliki akses yang lebih besar untuk mendapat sumber pendanaan dari berbagai sumber sehingga untuk mendapatkan pinjaman dari kreditur pun akan lebih mudah karena perusahaan dengan ukuran besar memiliki profitabilitas lebih besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri.

Adapun perhitungan ukuran perusahaan menurut Abiodun (2013:87) dan Niresh (2014:76) diukur dengan menggunakan dua rumus yaitu:

1) Ukuran perusahaan = $Ln \text{ Total Aset}$

Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Menurut Kasmir (2014:31) komponen atau isi yang terkandung dalam suatu aset dibagi ke dalam tiga kategori, yaitu:

- a) Aset lancar yaitu aset-aset yang relatif mudah untuk dikonversi menjadi uang, dijual atau digunakan dalam jangka waktu satu tahun. Aset lancar meliputi; kas, piutang, persediaan, biaya dibayar dimuka.

- b) Aset tetap adalah harta kekayaan milik perusahaan yang dapat diukur dengan jelas (*tangible*) dan yang bersifat permanen. Aset tetap dibeli dengan tujuan dipakai sendiri oleh perusahaan dan tidak dijual kembali. Aset tetap dapat dibagi menjadi 2 yaitu: aset tetap berwujud (gedung, tanah, mesin, peralatan, dan kendaraan) dan aset tetap tidak berwujud (goodwill, hak cipta, hak paten, franchise dan merek dagang)
- c) Aset lainnya adalah aset yang tidak termasuk dalam aset lancar dan aset tetap yang tidak bisa dikelompokkan ke dalam kriteria di atas. Semakin besar aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka perusahaan dapat melakukan investasi baik untuk aset lancar maupun aset tetap dan juga memenuhi permintaan produk. Hal ini akan semakin memperluas pangsa pasar yang akan dicapai yang kemudian akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

2) Ukuran perusahaan = Ln Total Penjualan

Penjualan adalah salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Kasmir (2014:305) “penjualan adalah omzet barang atau jasa yang dijual, baik dalam unit ataupun dalam rupiah”.

Menurut Reeve, dkk (2013:280) “penjualan adalah total jumlah yang dibebankan pada pelanggan atas barang terjual, baik penjualan kas maupun kredit”. Dalam sebuah perusahaan diharapkan mempunyai penjualan yang terus meningkat, karena ketika penjualan semakin meningkat perusahaan dapat menutup

biaya yang keluar pada saat proses produksi. Dengan begitu, laba perusahaan akan meningkat yang selanjutnya juga akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Variabel ukuran perusahaan diukur dengan Logaritma Natural (Ln) dari total aset dan total penjualan. Hal ini dikarenakan besarnya total aset dan total penjualan masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim. Untuk menghindari adanya data yang tidak normal tersebut maka data total aset dan total penjualan perlu di Ln kan.

b. Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Keputusan ketua Bapepam No. Kep. 11/PM/1997 menyebutkan perusahaan kecil dan menengah berdasarkan aktiva (kekayaan) adalah badan hukum yang memiliki total aktiva tidak lebih dari seratus milyar, sedangkan perusahaan besar adalah badan hukum yang total aktivanya diatas seratus milyar.

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 ukuran perusahaan diklasifikasikan ke dalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total aset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut. Adapun kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No.20 tahun 2008 Pasal 6 adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2 Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	> 50 juta – 500 juta	> 300 juta – 2,5 M
Usaha Menengah	> 10 juta – 10 M	2,5 M – 10 M
Usaha Besar	> 10 M	> 50 M

Sumber: UU No.20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah

c. Jenis-Jenis Pengukuran Perusahaan

Menurut Yogiyanto (2007 :282) pengukuran perusahaan adalah sebagai berikut: "Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva". Menurut Harahap (2007 :23) pengukuran ukuran perusahaan adalah : "Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aktiva (total asset) perusahaan. Penggunaan total aktiva berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu".

Menurut I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016): "Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan total asset yang di miliki oleh perusahaan. Dalam ukuran perusahaan terdapat tiga variabel yang dapat menentukan ukuran perusahaan yaitu total asset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Karena variabel itu dapat menentukan besarnya suatu perusahaan".

$$\text{Size} = \text{Log Total Aktiva}$$

Menurut Taliyang (2011) dalam Lina (2013) Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural total asset. Skala pengukurannya adalah skala rasio skala Rasio. Pengukuran variable ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

Ukuran Perusahaan = Ln Total Aktiva

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa untuk menentukan ukuran perusahaan digunakan dengan ukuran aktiva yang diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

2. Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Secara umum pengertian profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih atau laba yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Kinerja perusahaan seringkali dilihat melalui laba yang diperoleh perusahaan tersebut. Dimana ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi berarti kinerja perusahaannya baik, dan begitu juga sebaliknya.

Setiap perusahaan selalu menginginkan profitabilitas yang tinggi untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Niresh dan Velnampy (2014:57) "Profitabilitas adalah sejumlah uang perusahaan yang dapat dihasilkan dari sumberdaya apapun yang dimiliki perusahaan. Karena tujuan akhir dari setiap perusahaan adalah memaksimalkan profitabilitas".

Definisi lain yang dikemukakan oleh Fahmi (2014:68) bahwa "rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin tinggi rasio profitabilitas maka akan semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan".

Pengertian profitabilitas menurut Kasmir (2014:196) adalah kemampuan perseroan untuk menghasilkan suatu keuntungan dan menyokong pertumbuhan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut Harahap (2015:304) "Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya".

Perkembangan profitabilitas mempunyai peran penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam waktu jangka panjang, sebab profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik atau tidak di masa yang akan datang. Setiap perusahaan diharapkan mempunyai profitabilitas yang selalu meningkat, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin.

Para investor di pasar modal juga sangat memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan dan meningkatkan profit, hal ini daya tarik bagi investor dalam melakukan jual beli saham. Karena setiap investor selalu menginginkan dana yang diinvestasikannya itu berada dalam keadaan aman dan terus berkembang. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen karena dapat menggambarkan posisi laba perusahaan.

Perusahaan dituntut untuk dapat mengelola aset atau sumber daya yang dimilikinya secara efektif dan efisien sehingga mampu menghasilkan laba yang tinggi. Melalui rasio profitabilitas, perusahaan

dapat mengukur kemampuan dalam menghasilkan laba melalui pengelolaan aset yang dimilikinya. Semakin tinggi rasio profitabilitas suatu perusahaan maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut mampu dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya dengan baik.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan, aset dan modal saham tertentu untuk dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

Return On Assets (ROA) merupakan rasio yang terpenting dari rasio profitabilitas yang ada. Dalam penelitian ini profitabilitas perusahaan diukur menggunakan *Return On Assets* (ROA) dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Aset} \times 100\ %$$

ROA merupakan penilaian profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih (sesudah pajak) berdasarkan tingkat aset yang tertentu dengan cara membandingkan laba bersih sesudah pajak dengan total aset. ROA memberikan suatu dasar yang berguna untuk menunjukkan efektivitas perusahaan dalam mengelola aset baik dari modal sendiri maupun dari modal pinjaman, investor akan melihat seberapa efektif suatu perusahaan dalam mengelola aset.

b. Manfaat Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki beberapa manfaat bagi pihak-pihak yang memiliki hubungan dan kepentingan dengan perusahaan.

Menurut Kasmir (2014:198) manfaat yang diperoleh dari penggunaan rasio profitabilitas adalah untuk:

- 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.
- 6) Manfaat lainnya.

c. Jenis-Jenis Profitabilitas

Laba yang dicapai sesuai target dapat memberikan kesejahteraan bagi stakeholders, dapat meningkatkan mutu produk, serta dapat digunakan untuk melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio profitabilitas (Kasmir, 2014:196).

Menurut Irham Fahmi (2011:135), rasio profitabilitas adalah: "Rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi".

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh Raharjaputra (2013:205) yang mengatakan bahwa: "Rasio profitabilitas perusahaan yaitu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan, maupun modal sendiri (*shareholders equity*)."

Kasmir (2014:196) menjelaskan bahwa hasil pengukuran dapat dijadikan sebagai alat evaluasi kinerja manajemen selama ini, apakah mereka telah bekerja secara efektif atau tidak. Kegagalan atau keberhasilan dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk perencanaan laba ke depan, sekaligus kemungkinan untuk menggantikan manajemen yang baru terutama setelah manajemen lama mengalami kegagalan. Oleh karena itu, rasio profitabilitas ini sering disebut sebagai salah satu alat ukur kinerja manajemen.

Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Gross Profit Margin*, *Operating Profit Margin*, *Net Profit Margin*, *Return On Investment*, *Return On Equity*, *Return On Common Stock Equity*, *Earning Per Share*, dan *Basic Earning Power*.

Adapun uraian dari jenis-jenis rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

1) *Gross Profit Margin* (GPM)

GPM menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai dari jumlah penjualan. Rumus perhitungan GPM adalah sebagai berikut:

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100 \%$$

GPM merupakan ukuran efisiensi operasi perusahaan dan juga penetapan harga produk. Apabila harga pokok penjualan meningkat, maka GPM akan menurun, begitu juga sebaliknya. Semakin besar rasio GPM, maka semakin baik keadaan operasi perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *cost of good sold* relatif rendah dibandingkan dengan penjualan. Sebaliknya, semakin rendah GPM, semakin kurang baik operasi perusahaan (Gitman, 2013:67).

2) *Operating Profit Margin* (OPM)

OPM menggambarkan "*Pure Profit*" yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. Menurut Lukman Syamsuddin (2009:61), jumlah dalam OPM ini dikatakan murni (pure) karena benarbenar diperoleh dari hasil operasi perusahaan dengan mengabaikan kewajiban-kewajiban finansial berupa bunga serta kewajiban kepada pemerintah berupa pajak. Gitman (2008:65) juga mengungkapkan hal yang sama, bahwa OPM mengukur persentase dari setiap penjualan yang tersisa setelah semua biaya dan beban selain bunga, pajak, dan dividen saham preferen. Semakin tinggi rasio OPM, maka semakin baik pula operasi suatu perusahaan. OPM dihitung dengan rumus:

$$OPM = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan}} \times 100 \%$$

3) *Net Profit Margin* (NPM)

NPM adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Rasio ini berfungsi untuk mengukur tingkat kembalian keuntungan bersih terhadap penjualan bersihnya. Hal ini mengindikasikan

seberapa baik perusahaan dalam menggunakan biaya operasional karena menghubungkan laba bersih dengan penjualan bersih. NPM sering digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam mengendalikan beban-beban yang berkaitan dengan penjualan. Jika suatu perusahaan menurunkan beban relatifnya terhadap penjualan maka perusahaan tentu akan mempunyai lebih banyak dana untuk kegiatankegiatan usaha lainnya (Gitman, 2013:67).Semakin tinggi NPM, maka semakin baik operasi perusahaan. NPM dihitung dengan menggunakan

$$\text{rumus: } NPM = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100 \%$$

4) *Return On Investment* (ROI)

ROI atau biasa disebut juga *Return on Total Assets* (ROA) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. ROI dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$ROI = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100 \%$$

ROI/ROA merupakan rasio yang terpenting di antara rasio profitabilitas yang ada. ROI dapat digunakan sebagai alat ukur tingkat kesehatan kinerja keuangan sebuah perusahaan (Syamsudin, 2013:63) karena ROI dapat menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan mengendalikan biaya dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan (Gitman, 2014:68). Menurut Munawir (2014:89), besarnya ROI dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:

- a. *Turnover dari operating assets* (tingkat perputaran aktiva yang digunakan untuk operasi)
- b. Profit margin, yaitu besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dalam persentase dan jumlah penjualan bersih.”

5) *Return On Equity (ROE)*

ROE adalah rasio yang menunjukkan berapa persen diperoleh laba bersih bila diukur dari modal pemilik. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham dan merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Menurut Brigham dan Houston (2012:116), para pemegang saham melakukan investasi untuk mendapatkan pengembalian atas uang mereka, dan rasio ini menunjukkan seberapa baik mereka telah melakukan hal tersebut dari kacamata akuntansi.

Menurut Syamsuddin (2013:65) ROE dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Modal}} \times 100 \%$$

6) *Tingkat Penghasilan Bagi Pemegang Saham Biasa (Return on Common Stock Equity)*

Return on Common Stock Equity ini menyangkut tingkat penghasilan atau return yang diperoleh atas nilai buku saham biasa. Pihak yang sangat berkepentingan dengan rasio ini tentu saja para pemegang saham biasa, karena hal ini akan menggambarkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi pemilik perusahaan yang dalam hal ini

pemegang saham biasa (Syamsudin, 2013:65). Rumus penghitungannya adalah sebagai berikut:

Tingkat Penghasilan Bagi Pemegang Saham Biasa

$$= \frac{\text{Laba Bersih Sesudah Pajak} - \text{Dividen Preferen}}{\text{Modal Sendiri} - \text{Modal Saham Preferen}}$$

7) Pendapatan per Lembar Saham Biasa (*Earning per Share* atau EPS)

Rasio ini menunjukkan berapa besar kemampuan per lembar saham menghasilkan laba. Para calon pemegang saham tertarik dengan EPS yang besar, karena hal ini merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan. Laba per lembar saham atau EPS diperoleh dari laba yang tersedia bagi pemegang saham biasa dibagi dengan jumlah rata-rata saham biasa yang beredar. Syamsudin (2013:66) mengatakan bahwa EPS dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih Sesudah Pajak} - \text{Dividen Saham Preferen}}{\text{Jumlah Lembar Saham Biasa yang Beredar}}$$

8) *Basic Earning Power* (BEP)

Rasio ini menunjukkan kemampuan aset yang dimiliki untuk menghasilkan tingkat pengembalian atau pendapat dari aktiva perusahaan sebelum pengaruh pajak dan leverage. Hal ini sangat berguna untuk membandingkan perusahaan dengan situasi pajak yang berbeda dan tingkat leverage keuangan yang berbeda. Rasio ini dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Rasio BEP} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total Aktiva}}$$

Berdasarkan uraian sebelumnya, profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam suatu periode (Munawir, 2014:33). Profitabilitas perusahaan dapat diukur dengan menggunakan indikator ROI atau disebut juga ROA yang terdiri dari laba sesudah pajak dan total aktiva perusahaan (Syamsudin, 2013:63).

3. Leverage

a. Pengertian Leverage

Leverage merupakan tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset atau modal yang memiliki biaya tetap (hutang atau saham) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang bersangkutan. Diharapkan setelah perusahaan menerapkan leverage ini, tingkat kekayaan perusahaan juga ikut meningkat. Permasalahan leverage akan selalu dihadapi oleh perusahaan. Pengertian lain dari leverage menurut Lukman Syamsuddin (2011:89) "Leverage adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan aset atau dana yang mempunyai biaya tetap (*fixed cost assets or funds*) untuk memperbesar tingkat penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan".

Kebijakan leverage timbul jika perusahaan dalam membiayai kegiatan operasionalnya menggunakan dana pinjaman atau dana yang mempunyai beban tetap seperti beban bunga. Tujuan perusahaan mengambil kebijakan leverage yaitu dalam rangka meningkatkan dan memaksimalkan kekayaan dari pemilik perusahaan itu sendiri. Leverage selalu berurusan dengan biaya tetap operasi

maupun biaya finansial. Biaya tetap operasi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan karena mengadakan kegiatan investasi, baik itu investasi perlengkapan, peralatan ataupun juga investasi jangka panjang.

Biaya tetap yang telah perusahaan hitung merupakan dampak yang harus menjadi tanggung jawab perusahaan karena telah melakukan fungsi finansial dan juga keputusan dalam mengatur laju keuangan perusahaan. Biaya tetap adalah biaya yang tidak dipengaruhi oleh aktivitas operasi perusahaan. Artinya, biaya tetap ini tidak ada kaitannya dengan penjualan perusahaan oleh karena itu, biaya ini menjadi resiko yang harus ditanggung oleh perusahaan. Biaya tetap perusahaan dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu:

1) Biaya tetap operasi

Merupakan biaya yang muncul akibat dari segala aktivitas operasional yang terjadi di dalam perusahaan. Resiko yang muncul merupakan resiko operasional. Tiap tindakan ataupun keputusan operasional yang dibuat, memiliki resiko masing-masing yang berbeda proporsinya. Contoh dari biaya ini adalah sewa gudang, biaya pemeliharaan mesin dan peralatan, dan lain-lain sehubungan dengan aktivitas operasional perusahaan.

2) Biaya tetap keuangan

Adalah biaya tetap yang berasal dari perusahaan karena perusahaan menggunakan hutang sebagai sumber pendanaan untuk kelangsungan segala kegiatan perusahaan. Resiko yang ditimbulkan dari biaya ini disebut resiko keuangan. Contohnya adalah biaya bunga.

3) Biaya tetap total

Adalah hasil kombinasi dari biaya tetap operasi dan keuangan. Resiko bisnis atau resiko perusahaan, merupakan resiko yang harus dihadapi oleh perusahaan karena menggunakan biaya tetap total ini.

Perusahaan yang menggunakan biaya tetap dalam proporsi yang tinggi dikatakan menggunakan leverage operasi yang tinggi. Dengan kata lain, degree of operating leverage (DOL) untuk perusahaan itu tinggi. Jika perusahaan mempunyai degree of operating leverage (DOL) yang tinggi, maka tingkat penjualannya akan menghasilkan pendapatan yang tinggi. Tetapi sebaliknya, jika tingkat penjualannya turun, maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian.

Dengan demikian DOL bisa membawa manfaat bahkan sebaliknya bisa juga merugikan. Menurut Susan Irawati (2006;172) bahwa "Leverage merupakan suatu kebijakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam hal menginvestasikan dana atau memperoleh sumber dana yang disertai dengan adanya biaya tetap yang harus ditanggung perusahaan", sedangkan menurut Abdul Halim (2005) menerangkan bahwa yang dimaksud dengan "Leverage adalah penggunaan aset atau dana, di mana atas penggunaan tersebut perusahaan harus menanggung biaya tetap berupa penyusutan atau berupa bunga.

Leverage dapat didefinisikan sebagai penggunaan aktiva atau dana dimana untuk penggunaan tersebut perusahaan harus menutup biaya tetap atau membayar beban tetap (Riyanto, 2013: 291). Weston dan Brigham (2013:145), dimana mereka mendefinisikan leverage

keuangan adalah suatu ukuran yang menunjukkan sampai sejauh mana sekuritas berbeban tetap (utang dan saham preferen) digunakan dalam struktur modal perusahaan.

Menurut Suharli dan Oktorina (2015:121) perusahaan leverage mempunyai peluang investasi yang tidak menguntungkan serta arus kas bebas tinggi. Dengan membedakan perusahaan yang pembayaran devidennya tinggi dengan yang rendah, dikatakan bahwa perusahaan yang pembayaran devidennya rendah mempengaruhi harga saham secara positif pada pengumuman penawaran utang. Kebijakan utang dinyatakan dalam rasio leverage.

Suharli dan Oktorina (2015:126) menyatakan bahwa perusahaan yang leverage operasi atau keuangannya tinggi akan memberikan deviden yang rendah. Pernyataan sesuai dengan pandangan bahwa perusahaan yang beresiko akan membayar devidennya rendah, dengan maksud untuk mengurangi ketergantungan akan pendanaan secara eksternal.

Menurut Weston dan Thomas (2013:19), *financial leverage* adalah cara bagaimana perusahaan membiayai aktivitasnya. Konsep financial leverage adalah rasio antara nilai buku seluruh hutang (*debt*) terhadap total aktiva (*total asset*). Financial Leverage ini diasumsikan bahwa dividen untuk pemegang saham preferen selalu dibayar dalam periode. Asumsi ini diperlukan karena tujuan utama dari financial leverage ini adalah mengetahui beberapa jumlah uang yang sesungguhnya tersedia bagi pemegang saham biasa setelah bunga dan dividen untuk saham preferen dibayarkan.

Menurut Fama dan French (2015:77) menekankan bahwa banyak variabel yang menentukan leverage dalam pengujian pecking

order, variabel yang menentukan leverage adalah pengukuran dan pertumbuhan perusahaan. Menurut Suad Husnan (2015:71), *financial leverage* terjadi pada saat perusahaan menggunakan sumber dana yang menimbulkan beban tetap. Apabila perusahaan menggunakan hutang, maka perusahaan harus membayar bunga. Analisis financial leverage memusatkan perhatian pada perubahan laba setelah pajak sebagai akibat perubahan laba operasi.

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi financial leverage, yaitu sebagai berikut:

1) Tingkat pertumbuhan penjualan

Tingkat pertumbuhan penjualan masa depan merupakan ukuran sampai sejauh mana laba per saham dari suatu perusahaan yang dapat ditingkatkan oleh leverage. Jika penjualan dan laba meningkat, pembiayaan dengan hutang dengan beban tertentu akan meningkatkan pendapatan pemilik saham.

2) Stabilitas arus kas

Bila stabilitas penjualan dan laba lebih besar, maka beban hutang tetap yang terjadi pada perusahaan akan mempunyai resiko yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan yang menjual dan labanya menurun.

3) Karakteristik Industri

Kemampuan untuk membayar hutang tergantung pada profitabilitas dan juga volume penjualan. Dengan demikian stabilitas laba adalah sama pentingnya dengan stabilitas penjualan.

4) Struktur aktiva

Struktur aktiva mempengaruhi sumber-sumber pembiayaan melalui beberapa cara. Perusahaan yang mempunyai aktiva tetap jangka panjang, terutama jika permintaan akan produk cukup meyakinkan, akan banyak menggunakan hutang hipotek jangka panjang. Perusahaan yang sebagian aktivaanya berupa piutang dan persediaan barang tidak begitu tergantung pada pembiayaan jangka pendek.

5) Sikap manajemen

Sikap manajemen yang paling berpengaruh dalam memilih cara pembiayaan adalah sikapnya terhadap pengendalian dan resiko. Perusahaan besar yang sahamnya dimiliki oleh banyak orang akan memilih penambahan penjualan saham biasa karena penjualan ini tidak akan banyak mempengaruhi pengendalian perusahaan. Sebaliknya, pemilik perusahaan kecil mungkin lebih sering menghindari penerbitan saham biasa dalam usahanya untuk tetap mengendalikan perusahaan sepenuhnya karena mereka biasanya sangat yakin terhadap prospek perusahaan mereka dan karena mereka dapat melihat laba besar yang akan mereka peroleh.

6) Sikap pemberi pinjaman

Manajemen ingin menggunakan leverage melampaui batas normal untuk bidang industrinya, pemberi pinjaman mungkin tidak tersedia untuk memberi tambahan pinjaman. Pemberi pinjaman

berpendapat bahwa hutang yang terlalu besar akan mengurangi posisi kredit dari peminjaman dan penilaian kredibilitas yang dibuat sebelumnya.

Struktur permodalan perusahaan akan membandingkan antara permodalan dari kreditor dan pemegang saham. Struktur permodalan yang tinggi dimiliki oleh hutang menyebabkan pihak manajemen akan memprioritaskan pelunasan kewajiban terlebih dahulu sebelum membagikan deviden. Perusahaan yang memiliki rasio hutang lebih besar seharusnya membagikan deviden lebih kecil karena laba yang diperoleh digunakan untuk melunasi kewajiban.

Secara umum pengertian leverage adalah jumlah utang yang diperoleh dari kreditor dengan tujuan membiayai aset perusahaan. Perusahaan, sebagai debitur berkepentingan untuk menjaga kepercayaan kreditor dalam hal kemampuan membayar utang. Menurut Weston dan Brigham (2016:122) rasio leverage bertujuan untuk mengukur sejauh mana kebutuhan keuangan perusahaan dibelanjai dengan dana pinjaman. Leverage dalam penelitian ini diproksikan dengan menggunakan *debt to asset ratio*.

$$Debt\ to\ asset\ ratio = \frac{Total\ Liabilities}{Total\ Aset} \times 100$$

Debt to assets ratio adalah rasio yang menunjukkan berapa bagian dari keseluruhan kebutuhan dana yang dibelanjai dengan hutang atau beberapa bagian dari aktiva yang digunakan untuk menjamin utang.

b. Jenis – Jenis Leverage

1) Leverage Operasi (*Operating Laverage*)

Lverage operasi (*operating leverage*) terjadi setiap saat perusahaan menggunakan aset yang menimbulkan biaya tetap. Apabila perusahaan tidak menggunakan biaya yang tetap, dengan kata lain semuanya variabel, maka perusahaan akan berada dalam posisi yang menguntungkan. Pada saat perusahaan mengurangi kegiatannya, biayanya juga akan berkurang secara proporsional juga. Selama harga jual masih lebih tinggi daripada biaya variabelnya, perusahaan tersebut akan memperoleh laba. Beda halnya jika perusahaan menanggung biaya tetap, maka akan ada batas minimal perusahaan harus berproduksi (dan menjual) agar tidak menderita rugi. Namun, perusahaan mempunyai sejumlah pengendalian terhadap leverage operasi (*operating leverage*) mereka. Meskipun menggunakan lebih banyak leverage operasi, umumnya meningkatkan resiko suatu perusahaan atau proyek, leverage operasi yang lebih tinggi juga meningkatkan tingkat pengembalian yang diharapkan.

2) Leverage Keuangan (*Financial Leverage*)

Lverage keuangan (*financial leverage*), yaitu perubahan biaya keuangan (yang sifatnya tetap) yang lebih kecil akan mengakibatkan perubahan harga yang besar. Misalnya; biaya bunga, biaya pinjaman dan lain-lain yang berhubungan dengan hutang. Leverage keuangan (*financial leverage*) mengacu pada

penggunaan sekuritas yang memberikan penghasilan tetap yaitu, hutang dan saham preferen dan resiko keuangan (financial risk). Selain itu leverage keuangan (financial leverage) juga dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menggunakan kewajiban-kewajiban finansial yang sifatnya tetap (fixed financial cost) untuk memperbesar pengaruh perubahan EBIT terhadap pendapatan per lembar saham biasa (Earning Per Share / EPS). Penggunaan leverage keuangan (financial leverage) dapat meningkatkan ROE yang diharapkan, namun leverage juga meratakan distribusi probabilitas dan meningkatkan probabilitas terjadinya kerugian besar, sehingga menambah resiko yang ditanggung pemegang saham.

Pada kondisi bisnis krisis, di mana penjualan kecil dan laba operasi kecil, jika leverage keuangan tinggi maka EPS akan rendah bahkan bisa negatif. Sebaliknya jika kondisi bisnis baik, di mana penjualan tinggi dan laba operasi tinggi, jika leverage keuangan tinggi, maka EPS akan tinggi. Hakikatnya penggunaan utang untuk membiayai perusahaan adalah beresiko, makin perusahaan dibiayai dengan utang, makin tinggi resikonya.

Dalam kondisi bisnis lemah atau dalam kondisi krisis ekonomi, setidaknya perusahaan tidak menggunakan utang untuk membiayai investasinya, karena dalam kondisi bisnis lemah pada umumnya laba operasi tidak mampu menutup beban bunga.

Akibatnya laba bersih negatif dan EPSnya negatif, artinya pemilik (investor) tidak memperoleh hasil atas investasinya.

3) Leverage Total (*Total Leverage*)

Bila leverage operasi (operating leverage) dan leverage keuangan (financial leverage) digabung maka akan menghasilkan total leverage, yaitu perubahan earning untuk pemegang saham yang dipengaruhi oleh penjualan. Secara umum total leverage dihitung dengan membagi kontribusi margin dengan laba operasi dikurangi bunga. Apabila leverage keuangan dikombinasikan dengan leverage operasi, pengaruh perubahan penjualan terhadap laba per lembar saham menjadi semakin besar. Kombinasi dari kedua leverage tersebut meningkatkan penyebaran dan resiko dari berbagai kemungkinan laba per lembar saham. Total resiko ini akan bertambah besar dengan meningkatnya total leverage, demikian pula sebaliknya. Sejauh ini kita melihat bahwa:

- a) Semakin besar penggunaan biaya operasi tetap, sebagaimana yang diukur oleh tingkat leverage operasi, semakin sensitif EBIT terhadap perubahan penjualan.
- b) Semakin besar penggunaan utang, sebagaimana yang diukur oleh tingkat leverage keuangan, semakin sensitif EBIT terhadap perubahan EBIT. Karena itu semakin besar suatu perusahaan menggunakan leverage operasi dan leverage keuangan.

c. Pengertian dan Manfaat Lverage Operasi

1) Pengertian Lverage Operasi

Dalam operasional perusahaan semakin tinggi anggaran biaya tetap operasional, maka semakin tinggi pula resiko yang akan dihadapi. Jika biaya tetap memiliki nilai yang tinggi, maka kesalahan kecil dalam penjualan akan mempengaruhi pendapatan perusahaan. Hal ini disebabkan dengan tingginya biaya tetap, maka nilai depresi dan amortisasi juga meningkat. Pengaruh yang timbul dengan adanya biaya tetap operasi yaitu adanya perubahan dalam volume penjualan yang menghasilkan perubahan keuntungan atau kerugian operasi yang lebih besar dari proporsi yang telah ditetapkan. Lverage operasi juga memperlihatkan pengaruh penjualan terhadap laba operasi atau laba sebelum bunga dan pajak yang diperoleh. Pengaruh tersebut dapat dicari dengan menghitung tingkat leverage operasinya. Lverage operasi dapat digunakan untuk membantu perusahaan dalam mengkalkulasi biaya-biaya operasi untuk meningkatkan laba perusahaan. Keown, Seall, Martin, dan William Patty (2000) mengemukakan pengertian leverage operasi (*operating leverage*) adalah “*company defrayal remain in the current of company earning*”, artinya pembiayaan tetap perusahaan di dalam arus pendapatan perusahaan.

Tujuan perusahaan menggunakan leverage supaya keuntungan yang diperoleh lebih besar dari pada biaya aset dan

sumber dananya. Penggunaan leverage ini dapat saja berubah menjadi resiko jika perusahaan ternyata mendapat keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya sehingga menurunkan keuntungan pemegang saham.

Menurut Abdul Halim (2005) “leverage operasi adalah penggunaan asset atau dana, dimana atas penggunaan tersebut perusahaan harus menanggung biaya tetap berupa penyusutan atau berupa bunga”. Menurut Keown, et al (2010:116) “leverage operasi (*operating leverage*) adalah kemampuan EBIT perusahaan untuk merespon fluktuasi penjualan. Besar kecilnya leverage operasi dihitung dengan DOL (Degree of operating leverage)”

Perubahan penjualan akan mempengaruhi laba perusahaan yang sifatnya sensitif sehingga laba menjadi berfluktuasi sehingga menimbulkan tingkat ketidakpastian (*uncertainty*). Tingkat ketidakpastian ini yang akan meningkatkan resiko (Kartikasari,2007).

2) Manfaat Leverage Operasi

Menurut (Warsono 2003 : 213) “manfaat dari penggunaan leverage operasi dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar dari pada aset dan sumber dananya, dengan demikian akan meningkatkan keuangan pemegang saham”. Sebaliknya leverage meningkatkan keuntungan, karena jika perusahaan mempunyai keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya

maka kegunaan leverage akan menurunkan keuntungan pemegang saham. Ketika utang yang digunakan perusahaan melampaui jumlah tertentu, kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba lebih kecil jika dibandingkan dengan suku bunga yang dibayar oleh perusahaan. Manfaat dari penggunaan leverage dalam perusahaan adalah :

- a) Untuk memungkinkan perusahaan agar mengkhususkan pengaruh suatu leverage dalam jumlah penjualan atas laba bagi pemegang saham biasa.
- b) Memungkinkan perusahaan untuk menunjukkan hubungan satu sama lain antara pengaruh operasi dan pengaruh keuangan.

Adapun kegunaan dari operating leverage menurut Susan Irawati (2006) “adalah leverage operasi dapat mengukur perubahan pendapatan atau penjualan”. Dilihat dari kegunaan Leverage Operasi diatas, dapat disimpulkan bahwa perusahaan dapat mengetahui laba operasi sebagai akibat perubahan penjualan, sehingga perusahaan dapat mengetahui keuntungan operasi perusahaan.

4. Corporate Social Responsibility

a. Definisi Corporate Social Responsibility

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam (2013:41), mendefinisikan CSR “the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large”.

Didefinisikan sebagai komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi, sementara pada saat yang sama meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya demikian pula masyarakat lokal dan masyarakat secara luas.

Kotler dan Lee (2013:56) menekankan pada kata *discretionary* yang berarti CSR sematamata merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas dan bukan merupakan aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum dan perundang-undangan seperti pajak atau ketenagakerjaan.

Ghana (2014:32) menjelaskan bahwa sesungguhnya CSR memberikan kapasitas dalam membangun corporate building menuju terjaminnya *going concern* perusahaan. Termasuk didalamnya upaya peka (*respect*) terhadap adopsi sistematis berbagai budaya (kearifan lokal) ke dalam strategi bisnis perusahaan, termasuk keterampilan karyawan, masyarakat dan pemerintah.

Satu terobosan besar perkembangan konsep CSR dikemukakan oleh John Elkington dalam Hadi (2013:90) yang terkenal dengan "*The Triple Bottom Line*". Konsep ini mengakui bahwa jika perusahaan ingin sustain maka perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan cuma profit yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif pada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Profit, merupakan satu bentuk tanggungjawab yang harus dicapai perusahaan, bahkan mainstream ekonomi yang dijadikan pijakan filosofis operasional perusahaan, profit merupakan orientasi utama perusahaan (2013:91). *People*, merupakan lingkungan masyarakat (*community*) di

mana perusahaan berada. Mereka adalah para pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Dengan demikian, *community* memiliki interrelasi kuat dalam rangka menciptakan nilai bagi perusahaan. Hampir tidak mungkin, perusahaan mampu menjalankan operasi secara survive tanpa di dukung masyarakat sekitar. Disitulah letak terpenting dari kemauan dan kemampuan perusahaan mendekati diri dengan masyarakat lewat strategi *social responsibility* (2013:96).

Planet, merupakan lingkungan fisik (sumber daya fisik) perusahaan. Lingkungan fisik memiliki signifikansi terhadap eksistensi perusahaan. Hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab akibat. Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat (2013:101).

b. Prinsip CSR

Menurut Crowther David (2013:111) terdapat 3 prinsip CSR:

1) *Sustainability*

Sustainability berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Sehingga *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa depan.

2) *Accountability*

Accountability merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan memengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan pada pihak eksternal dan internal (. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media perusahaan dalam membangun image dan network terhadap para pemangku kepentingan. Menurut Hadi (2013:121) tingkat keluasan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial maupun ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggungjawab perusahaan menentukan legitimasi stakeholder eksternal, serta meningkatkan transaksi saham perusahaan.

3) *Transparency*

Transparency merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Prinsip transparansi berarti dampak eksternal dari aktivitas organisasi dapat diketahui dari pelaporan organisasi dan tidak ada fakta yang disembunyikan dalam pelaporan tersebut. Dampak eksternal organisasi harus jelas bagi semua pihak, dengan menggunakan informasi yang berasal dari mekanisme pelaporan organisasi tersebut. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak pada lingkungan.

c. Teori CSR

Berbagai teori telah digunakan untuk menjelaskan praktik tanggungjawab sosial perusahaan. Penelitian ini menggunakan teori legitimasi, stakeholder, dan kontrak sosial dalam menjelaskan praktik CSR.

1. Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. Hadi (2013:118) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumberdaya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Menurut Gray et. al, dalam Hadi (2013:123) berpendapat bahwa legitimasi merupakan “...*a systems-oriented view of organisation and society ...permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organisations, the state, individuals and group*”.

Definisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat.

Menurut Sayekti dan Wondabio (2013:21), dalam *legitimacy theory* perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai justice, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan.

Oleh karena itu perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan tersebut dengan masyarakat dan lingkungan di mana perusahaan tersebut menjalankan setiap aktivitasnya. Dengan demikian, teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

2. Teori *Stakeholder*

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat memengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Misalnya pemerintah, pesaing, masyarakat, lingkungan internasional, lembaga pemerhati lingkungan, pekerja, dsb.

Perusahaan hendaknya memperhatikan stakeholder karena mereka adalah pihak yang berhubungan dengan aktivitas serta kebijakan yang diambil perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan stakeholder bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi stakeholder.

Teori stakeholder menjelaskan bahwa perusahaan tidak saja bertanggungjawab pada para pemilik (*shareholder*), namun lebih luas

lagi sampai pada sosial kemasyarakatan (*stakeholder*). Sehingga tanggungjawab perusahaan tidak hanya diukur pada indikator ekonomi (*economic focused*) dalam laporan keuangan, tapi juga memperhitungkan faktor-faktor social (*social dimentions*) terhadap *stakeholder* internal dan eksternal.

Esensi teori *stakeholder* tersebut di atas jika ditarik interkoneksi dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi *expectation gap* dengan masyarakat (publik) sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat, ternyata terdapat benang merah. Untuk itu, perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder* (para pemilik) *orientation*, ke arah memperhitungkan faktor sosial (*social factors*) sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*).

3. Teori Kontrak Sosial

Kontrak sosial muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk terhadap lingkungan. Perusahaan merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama, adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar.

Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, dimana diantara keduanya saling memengaruhi. Untuk itu agar terjadi keseimbangan, maka perlu kontrak sosial baik secara implisit dan

eksplisit sehingga terjadi kesepakatan yang saling melindungi kepentingan masing-masing.

Social contract dibangun dan dikembangkan, salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat (*society*). Di sini, perusahaan (ataupun organisasi bentuk lainnya) memiliki kewajiban kepada masyarakat untuk memberi kemanfaatan bagi masyarakat setempat. Interaksi perusahaan (organisasi) dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi dan mematuhi aturan dan norma-norma yang berlaku di masyarakat (*community norm*), sehingga kegiatan perusahaan dapat dipandang *legitimate*.

d. Pengungkapan CSR

Gray et.al. dalam Devina, Suryanto dan Zulaika (2014:23) mengelompokkan teori yang digunakan oleh para peneliti untuk menjelaskan kecenderungan pengungkapan tanggung jawab sosial ke dalam tiga studi yaitu:

1) *Decisions Usefulness Studies*

Informasi akuntansi tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional yang telah dikenal selama ini, namun juga informasi lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi. Mereka menempatkan informasi aktivitas social perusahaan pada posisi yang *moderately important* untuk digunakan sebagai pertimbangan oleh para users dalam pengambilan keputusan.

2) *Economic Theory Studies*

Studi ini menggunakan *agency theory*, dimana teori tersebut membedakan antara pemilik perusahaan dengan pengelola perusahaan dan menyiratkan bahwa pengelola perusahaan harus memberikan laporan pertanggungjawaban atas segala sumber

daya yang dimiliki dan dikelolanya kepada pemilik perusahaan. Selanjutnya, frase pemilik perusahaan mengalami perkembangan lebih lanjut, tidak hanya pemilik modal (*shareholder*), tetapi juga meluas ke unsur stakeholders lainnya, yaitu karyawan, masyarakat luas dan pemerintah.

3) *Social and Political Theory Studies*

Studi di bidang ini menggunakan dua teori utama, yaitu: pertama, stakeholder theory yang mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para stakeholders. Fokus utama dalam teori ini yaitu bagaimana perusahaan memonitor dan merespon kebutuhan para stakeholders-nya. Kedua, legitimacy theory yang menyatakan bahwa perusahaan harus dapat menyesuaikan diri dengan sistem nilai yang telah diterapkan masyarakat. Usaha perusahaan antara lain diwujudkan melalui pengungkapan sosial.

Pengungkapan dalam laporan keuangan baik yang bersifat wajib maupun sukarela telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 2009). Setiap pelaku ekonomi selain berusaha untuk kepentingan pemegang saham dan berfokus pada pencapaian laba di samping itu juga mempunyai tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan.

Sebagaimana dinyatakan oleh PSAK No.1 (Revisi 2009) Paragraf 12 tentang Penyajian Laporan Keuangan: "Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup

memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.” Standar ini menunjukkan bahwa perusahaan yang ada di Indonesia diberi suatu kebebasan dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Pemerintah juga mengeluarkan Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, yang diundangkan dan diberlakukan pemerintah pada tanggal 16 Agustus 2007, mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pelaporan tersebut merupakan pencerminan dari perlunya akuntabilitas perseroan atas pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga para stakeholders dapat menilai pelaksanaan kegiatan tersebut. Menurut Solihin (2008) terdapat 3 dampak operasi perusahaan yang dilaporkan dalam pelaporan CSR.

- 1) Dampak ekonomi, berkaitan dengan bagaimana operasi perusahaan akan memengaruhi para pemangku kepentingan dan sistem ekonomi lokal, nasional, dan pada tingkat global.
- 2) Dampak lingkungan, diantaranya adalah dampak yang diakibatkan oleh pemakaian input produksi, output produksi, yang diakibatkan oleh perusahaan.
- 3) Dampak sosial, diantaranya berkaitan dengan hak asasi manusia, tenaga kerja, masyarakat, dan tanggung jawab produk.

Menurut Belkaoui (2013:56) tujuan perusahaan melakukan pengungkapan ada enam yaitu:

- 1) Untuk menjelaskan item-item yang diakui dan untuk menyediakan ukuran yang relevan bagi item-item tersebut, selain ukuran dalam laporan keuangan.
- 2) Untuk menjelaskan item-item yang belum diakui dan untuk menyediakan ukuran yang bermanfaat bagi item-item tersebut.
- 3) Untuk menyediakan informasi yang dapat membantu investor dan kreditor dalam menentukan resiko dan item-item yang potensial untuk diakui dan yang belum diakui.
- 4) Untuk menyediakan informasi penting yang dapat digunakan oleh pengguna laporan keuangan untuk membandingkan antar perusahaan dan antar tahun.
- 5) Untuk menyediakan informasi mengenai aliran kas masuk dan aliran kas keluar di masa mendatang.
- 6) Untuk membantu investor dalam menetapkan return dan investasinya.

e. Motif Perusahaan Mengungkapkan CSR

Berbagai alasan yang mendasari perusahaan melakukan pengungkapan sosial, antara lain:

- 1) Keterlibatan sosial perusahaan terhadap masyarakat yang merupakan respon tanggungjawab sosial perusahaan.
- 2) Keterlibatan dalam menjaga kelestarian lingkungan dan mengurangi dampak polusi.

- 3) Meningkatkan nama baik perusahaan, simpati masyarakat, karyawan dan investor.
- 4) Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat.
- 5) Meningkatkan respon positif norma dan nilai masyarakat.
- 6) Sesuai dengan kehendak investor.
- 7) Membantu program pemerintah seperti konservasi, pelestarian budaya, peningkatan pendidikan, lapangan kerja, dsb.

Menurut Hadi (2013:90) sebagai bentuk strategi perusahaan, keuntungan perusahaan melakukan pengungkapan atas biaya sosial yang telah dikeluarkan perusahaan antara lain:

- 1) Menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar.
- 2) Transparansi
- 3) Wujud *social responsibility* (SR)
- 4) Membangun *image* perusahaan
- 5) Membangun *image* terhadap mutual fund dan shareholder
- 6) Mendukung tingkat kembalian investasi
- 7) Membangun *image* terhadap investor supaya investasi saham lebih aman

Menurut Hadi (2013:110) terdapat 2 pijakan perusahaan dalam melaksanakan dan mengungkapkan tanggungjawab sosial, yaitu *motive approach* dan *system approach*. *Motive approach*, berarti praktik tanggungjawab sosial dan pengungkapan didasarkan motif tertentu pada perusahaan, baik secara sosial maupun ekonomi.

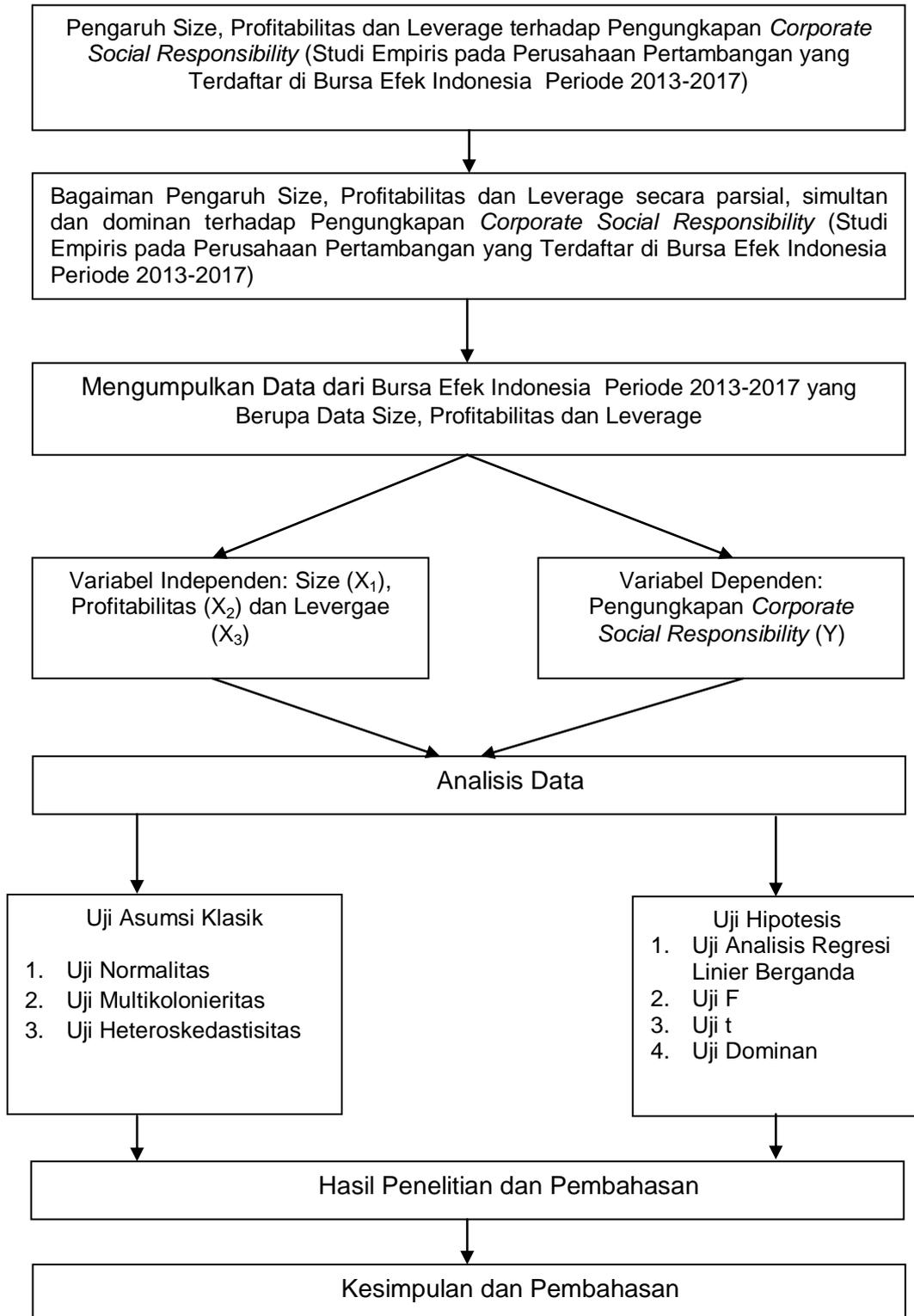
Motive approach menumbuhkan praktik tanggungjawab sosial menjadi *volunteer* sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan perusahaan. Umumnya perusahaan melakukan praktik tanggungjawab dan pengungkapan sosial didasarkan pendekatan ini.

System approach, maksudnya bahwa perusahaan melakukan pengeluaran sosial termasuk pengungkapannya muncul sebagai akibat adanya tuntutan dan pengkondisian suatu sistem yang ada. Sistem ini dapat berupa aturan dan kebijakan yang harus dipatuhi oleh perusahaan yang memiliki dampak tertentu jika tidak dipatuhi, baik yang tumbuh dari penetapan manajemen yang merupakan translasi *code of conduct*, visi dan misi perusahaan serta strategi perusahaan yang ternormakan, maupun peraturan yang timbul dari pihak luar seperti pemerintah (misal UU. No. 40 Tahun 2007), standar, peraturan pasar modal, SAK, adat istiadat masyarakat maupun konvensi. Sehingga pelanggaran terhadap pelaksanaan kinerja sosial dan pengungkapan sosial akan berimplikasi tertentu terhadap perusahaan. (Hadi, 2011)

C. Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka konseptual membantu peneliti menguraikan secara sistematis pokok permasalahan dalam penelitian. Adapun kerangka pikir dari penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Sumber: Diolah Penulis

D. Hipotesis

Dari perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori dan telah dituangkan dalam kerangka pikir, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga *size* berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan (*corporate social responsibility*) CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
2. Diduga profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan (*corporate social responsibility*) CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
3. Diduga *leverage* berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan (*corporate social responsibility*) CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
4. Diduga *size*, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan (*corporate social responsibility*) CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
5. Diduga profitabilitas berpengaruh secara dominan terhadap pengungkapan (*corporate social responsibility*) CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.