

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini merujuk kepada beberapa penelitian-penelitian terdahulu. Berikut ini adalah beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang dapat diuraikan sebagai berikut :

2.1.1 **ArieFebrianto (2010) Hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan Kinerja Keuangan Perusahaan *Go Public* Tahun 2003-2006**

Penelitian ArieFebrianto bertujuan untuk menguji hubungan CSR dengan kinerja keuangan yang terdiri dari Profitabilitas, Likuiditas, Rasio Lancar, *Risk Firm*, dan *Market Value*. Dalam penelitian ini hanya 17 perusahaan yang *go public* dan tiga kategori yang sudah ditetapkan oleh PROPER yaitu 2 perusahaan berkategori Hijau, 11 perusahaan berkategori Biru, dan 4 perusahaan berkategori Merah.

Hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang berkategori Hijau dan Biru dalam CSR mempunyai kinerja keuangan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang berkategori Merah. Hasil pengujian dari Spearman rho dan Kendall's Tau-b pada penelitian ini menunjukkan bahwa program CSR tidak berhubungan dengan kinerja keuangan perusahaan baik dilihat dari profitabilitas, likuiditas, dan nilai pasar untuk jangka pendek, sedangkan untuk risiko perusahaan yang diukur dengan standart return menghasilkan tanda negatif sehingga hasil tersebut mendukung hipotesis yang

ada, namun hal tersebut dapat memungkinkan memperoleh hasil pengujian yang berbeda apabila dilakukan pengujian dengan jangka waktu yang panjang.

Persamaan: Pada penelitian terdahulu dan sekarang sama-sama menguji hubungan CSR dengan kinerja keuangan yang terdiri dari Profitabilitas, Likuiditas, Rasio Lancar, *Risk Firm*, dan *Market Value*.

Perbedaan: Pada penelitian terdahulu yakni peneliti menggunakan data PROPER pada tahun 2003-2006.

2.1.2 I Dewa Ketut Yudyadana Ajilaksana (2011) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Penelitian I Dewa Ketut ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate social Responsibility* (CSR) secara simultan dan parsial (masing-masing aspek dalam CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan (peningkatan penjualan, peningkatan produktivitas, dan rasio nilai buku pasar). Dalam penelitian ini kinerja perusahaan terbagi dalam kinerja jangka pendek dan kinerja jangka panjang. Untuk kinerja jangka pendek diukur dengan *Sales Growth* (SGRI) dan dengan *asset turnover* (ATO), sedangkan jangka panjang dengan *Market To Book Ratio* (MBR). Variable independen yang digunakan adalah kinerja *Corporate Social Responsibility*, sedangkan variable dependennya adalah *Sales Growth*, *Asset Turnover*, dan *Market to Book Ratio*. Sampel penelitiannya adalah perusahaan manufaktur dan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan juga masuk dalam jajaran perusahaan LQ 45 dengan periode penelitian tahun 2008-2009.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* secara parsial yaitu dalam aspek sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Asset Turnover* (ATO). Dan secara simultan CSR hanya berpengaruh terhadap kinerja jangka panjang *Market to Book Ratio*.

Persamaan : Pada penelitian terdahulu dan sekarang sama-sama membahas tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan suatu perusahaan.

Perbedaan : Pada penelitian terdahulu memakai alat ukur *Sales Growth* (SGRI), *asset turnover* (ATO), *Market To Book Ratio* (MBR), dan sampel penelitiannya adalah perusahaan manufaktur dan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2.1.3 Rika Nurlela (2008) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating

Penelitian R Nurlela ini bertujuan untuk untuk mengetahui: (1) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan (2) Pengaruh Persentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan. Sampel penelitiannya adalah non-keuangan sektor pada tahun 2005 dengan menggunakan metode purposive sampling. Terdapat empat puluh satu perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian ini. Analisis Metode penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Secara simultan pengaruh *Corporates Social Responsibility*, persentase kepemilikan manajemen dan

interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dan Persentase kepemilikan manajemen terhadap nilai perusahaan adalah signifikan dan. (2) Secara parsial, hanya persentase kepemilikan manajemen memiliki berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel lain dalam penelitian ini belum berpengaruh signifikan terhadap nilai *firm*.

Persamaan : Pada penelitian terdahulu dan sekarang sama-sama meneliti mengenai *Corporate Social Responsibility* dengan menggunakan variabel Nilai Pasar (perusahaan).

Perbedaan: Pada penelitian terdahulu memakai sampel penelitian sektor non keuangan pada tahun 2005 dan penelitian terdahulu menggunakan analisis regresi berganda untuk melihat pengaruh CSR terhadap Nilai Pasar (perusahaan).

Berikut ringkasan dalam tabel persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu :

Tabel 2.1
PERBEDAAN DAN PERSAMAAN DENGAN PENELITIAN TERDAHULU

| Keterangan | ArieFebrianto (2010) | I Dewa KetutYudyadanaAjilaksana (2011) | Rika Nurlela (2008) | Peneliti |
|-----------------------|---|--|--|--|
| Judul | Hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Kinerja Keuangan Perusahaan Go Public Tahun 2003- 2006 | Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan | Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Presentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating | Hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Kinerja Keuangan Perusahaan Go <i>Public</i> Tahun 2008-2011” |
| Sampel | 17 perusahaan | 21 perusahaan | 41perusahaan | 21 perusahaan |
| Variabel | Profitabilitas, Likuiditas, Rasio Lancar, <i>Risk Firm</i> , dan <i>Market Value</i> | <i>Sales Growth, Asset Turnover, dan Market to Book Ratio.</i> | <i>Corporate Social Responsibility</i> , Kepemilikan manajemen, Nilai Perusahaan | Profitabilitas, Likuiditas, Rasio Lancar, <i>Risk Firm</i> , dan <i>Market Value</i> |
| Periode penelitian | 2003-2006 | 2008-2009 | 2005 | 2008-2011 |
| Teknik | purposive sampling | purposive sampling | purposive sampling | purposive sampling |

| | | | | |
|-----------------|---|---|---|---|
| sampling | | | | |
| Teknik analisis | Kendalls tau-b dan Spearman rank | Regresi uji asumsi klasik | Analisis regresi berganda | Kendalls tau-b dan Spearman rank |
| Hasil | <p>program CSR tidak berhubungan dengan kinerja keuangan perusahaan baik dilihat dari profitabilitas, likuiditas, dan nilai pasar untuk jangka pendek, sedangkan untuk risiko perusahaan yang diukur dengan standart return menghasilkan tanda negative</p> | <p><i>Corporate Social Responsibility</i> secara parsial yaitu dalam aspek sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Asset Turnover (ATO)</i>. Dan secara simultan CSR hanya berpengaruh terhadap kinerja jangka panjang <i>Market to Book Ratio</i>.</p> | <p>Secara simultan pengaruh <i>Corporates Social Responsibility</i>, persentase kepemilikan manajemen dan interaksi antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Persentase kepemilikan manajemen terhadap nilai perusahaan adalah signifikan dan. (2) Secara parsial, hanya persentase kepemilikan manajemen memiliki berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel lain dalam penelitian ini belum berpengaruh signifikan terhadap nilai fim.</p> | <p>Program CSR berhubungan dengan kinerja keuangan baik dilihat dari Profitabilitas, Likuiditas, Nilai Pasar dan <i>Risk firm</i>. Profitabilitas, Likuiditas, dan Nilai Pasar memiliki hubungan positif terhadap CSR sedangkan <i>Risk firm</i> memiliki hubungan negatif.</p> |

Sumber: Data diolah

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Hendrik Budi Untung (2008 : 1) *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Keberadaan perusahaan idealnya bermanfaat untuk masyarakat sekitar. Bahwa prinsip dasar CSR adalah pemberdayaan masyarakat setempat yang notabene miskin agar terbebas dari kemiskinan. Selain memberdayakan masyarakat, dari sisi perusahaan, jelas agar operasional berjalan lancar tanpa gangguan.

Pelaksanaan program CSR belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Manfaat CSR bagi perusahaan tersebut antara lain yakni :

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara social.
- c. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- g. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan .
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

2.2.2 Perencanaan, Implementasi, dan Evaluasi *Corporate Social Responsibility*

Menurut Noor Hadi (2011: 123), sebagai awal pengendalian dan pengawasan, melakukan perencanaan pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan merupakan hal yang dipandang penting. Perencanaan, menjadi satu dimensi keseriusan perusahaan dalam ikut berpartisipasi dan empathy terhadap berbagai masalah lingkungan dan sosial. *Corporate Social Responsibility* butuh perumusan yang jelas, baik materi, strategi, sasaran, penelitian pemangku kepentingan, maupun anggaran yang dibutuhkan. Untuk itu, butuh kajian mendalam dan berkelanjutan, khususnya dalam menentukan isi dan sasaran agar memiliki daya dukung dalam pembangunan berkelanjutan dalam rangka meningkatkan pemberdayaan pada para pemangku kepentingan. Dengan demikian, kualitas perencanaan praktik tanggungjawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) tergantung pada analisis perusahaan terhadap lingkungan dan sosial.

Hal lain yang perlu diperhatikan dalam pembuatan rencana CSR adalah bahwa pelaksanaan program CSR melibatkan kerja sama perusahaan dengan pihak lain. Dalam hal ini pelaksanaan CSR biasanya melibatkan pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, serta pihak-pihak calon penerima manfaat CSR misalnya masyarakat lokal. Oleh sebab itu, perencanaan CSR merupakan perencanaan yang terintegrasi dan bukan semata-mata perencanaan yang dibuat oleh perusahaan, tetapi dalam hal ini perusahaanpun harus melibatkan pihak-pihak

lain yang akan terlibat dalam pelaksanaan program CSR agar program CSR dapat berjalan secara efektif. (Ismail Solihin, 2008 : 130).

(Ismail Solihin, 2008 : 131) menyebutkan enam kategori program CSR. Pemilihan program alternatif CSR yang akan dilaksanakan oleh perusahaan sangat bergantung kepada tujuan pelaksanaan CSR yang ingin dicapai perusahaan. Keenam jenis program CSR tersebut adalah sebagai berikut.

1. *Cause Promotions*
2. *Cause Related Marketing*
3. *Corporate Social Marketing*
4. *Corporate Philanthropy*
5. *Community Volunteering*
6. *Socially Responsible Business Practice*

Dalam implementasi program CSR diperlukan beberapa kondisi yang akan menjamin terlaksananya implementasi program CSR dengan baik. Kondisi pertama, yakni implementasi CSR memperoleh persetujuan dan dukungan dari para pihak yang terlibat. Kondisi kedua yakni ditetapkannya pola hubungan di antara pihak-pihak yang terlibat secara jelas karena dengan adanya hubungan yang terlibat secara jelas maka kemungkinan besar pelaksanaan program CSR tersebut tidak akan berjalan secara optimal. Selain itu tanpa adanya pola hubungan yang jelas, maka kemungkinan program CSR tersebut untuk berlanjut akan berkurang. Kondisi ketiga adalah adanya pengelolaan program yang baik.

Pemantauan dan evaluasi juga diperlukan untuk mengetahui sudah sejauh mana pencapaian tujuan program serta apakah terdapat penyimpangan yang

mebutuhkan tindakan koreksi. Sebagai contoh, pada saat perusahaan melaksanakan program CSR dalam bentuk pemberantasan buta huruf, maka pengawasan dan evaluasi diperlukan untuk mengetahui apakah program pemberantasan buta huruf tersebut berjalan efektif yang dapat dilihat dari indikator jumlah peserta yang dapat membaca huruf Latin setelah mereka mengikuti program ini.

2.2.3 Rasio Profitabilitas

Kasmir (2011:196) 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. Sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan. Masing-masing jenis rasio profitabilitas digunakan untuk menilai serta mengukur posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu atau untuk beberapa periode.

a. *Return On Total Asset*(ROA)

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset yang tertentu. Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen asset, yang berarti efisiensi manajemen.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \dots\dots\dots (1)$$

b. *Return On Equity*(ROE)

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Modal Ekuitas}} \dots\dots\dots(2)$$

c. *Net Profit Margin* (NPM)

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan.

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}} \dots\dots\dots(3)$$

2.2.4 Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas juga bisa disebut dengan rasio lancar. Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi hutang jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancarnya. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \dots\dots\dots(4)$$

2.2.5 Nilai Pasar

Nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan (*firm value*) di hitung menggunakan Tobin's Q, dengan rumus:

$$Q = \frac{\text{Nilai Pasar Ekuitas} + \text{Nilai Buku Utang}}{\text{Nilai Buku Total Aktiva}} \dots\dots\dots(5)$$

2.2.6 Risk Firm

Risiko perusahaan dapat diukur dengan standart deviasi dari return saham untuk beberapa periode sample. Total risiko diambil dari risiko diversifikasi (risiko perusahaan) dan risiko pasar. Risiko diukur dengan:

$$\text{Return : } X_i = \left[\frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}} \right] \dots\dots\dots(6)$$

$$\text{Standart deviasi} = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1} \dots\dots\dots(7)$$

Keterangan :

P_{it} : *Price*yaitu harga untuk waktu t

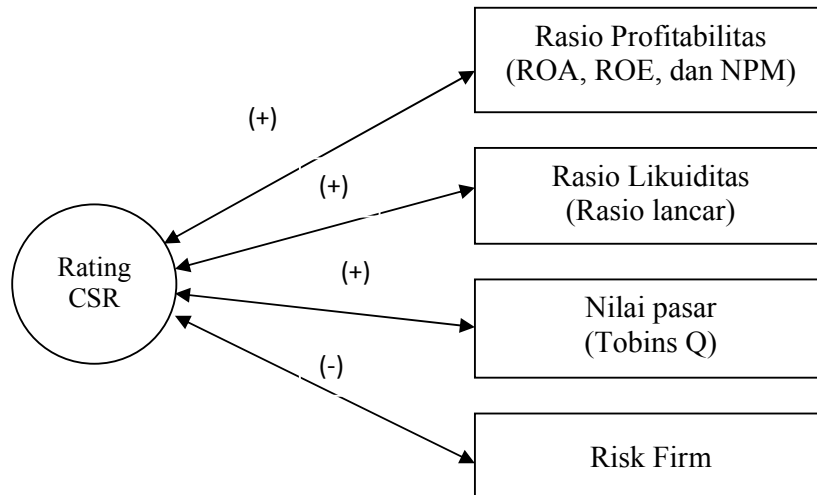
P_{it-1} : *Price*yaitu harga untuk waktu sebelumnya (kemarin, bulan lalu, dan tahun lalu)

X_i : *Returns*saham untuk waktu t (hari, bulan, tahun berjalan dan sebagainya).

n : Banyaknya sample.

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini akan dilakukan pada data sekunder yang terdapat di PROPER yakni Program Penilaian Peringkat Kinerja Penaatan dalam Pengelolaan Lingkungan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara CSR dengan Rasio Profitabilitas, Rasio Likuiditas, Nilai Pasar, dan *Risk Firm* dalam suatu perusahaan *go public* yang sudah terdaftar di PROPER dan di dalam PROPER sendiri telah terdapat beberapa kategori yakni Hitam, Merah, Biru, Hijau, dan Emas. Dalam penelitian ini menggunakan uji Kendal's Tau-b dan Spearman.



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan dari penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

$H_1 =$ *Corporate social responsibility* berhubungan positif dengan Profitabilitas.

$H_2 =$ *Corporate social responsibility* berhubungan positif dengan Likuiditas.

$H_3 =$ *Corporate social responsibility* berhubungan positif dengan nilai pasar.

$H_4 =$ *Corporate social responsibility* berhubungan negatif dengan *Risk firm*.