

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah penelitian terdahulu yang dijadikan pedoman penelitian oleh peneliti, meliputi :

##### 1. Sitorus dan Mangoting (2014)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap profit perusahaan *Consumer Goods*. Hasil Penelitian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* melalui variabel ekonomi, hak asasi manusia dan tanggung jawab produk tidak berpengaruh terhadap profit perusahaan *Consumer Goods* di Indonesia. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* melalui variabel lingkungan dan kemasyarakatan berpengaruh positif terhadap profit perusahaan *Consumer Goods* di Indonesia. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* melalui variabel tenaga kerja memiliki pengaruh negatif terhadap profit perusahaan *Consumer Goods* di Indonesia.

**Persamaan:** Menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan variabel independen CSR dan variabel dependen salah satunya adalah *Net Profit Margin* (NPM).

**Perbedaan:** Penelitian terdahulu menggunakan periode tahun 2010-2012 sedangkan penelitian ini menggunakan periode tahun 2010-2014. Pada penelitian ini ditambahkan dengan variabel dependen *leverage* yaitu DER sedangkan

penelitian terdahulu variabel dependen hanya profitabilitas yaitu NPM. Penelitian terdahulu menggunakan *Consumer Goods* sebagai sektor perusahaan yang diteliti sedangkan penelitian ini menggunakan sektor pertambangan sebagai sektor perusahaan yang akan diteliti.

## **2. Candrayanthi dan Saputra (2013)**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan. Hasil Penelitian Pertama, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap ROA yang berarti dengan mengungkapkan CSR kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA akan meningkat. Kedua, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap ROE yang berarti dengan mengungkapkan CSR kinerja perusahaan yang diukur dengan ROE akan meningkat. Ketiga, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap NPM yang berarti dengan mengungkapkan CSR kinerja perusahaan yang diukur dengan NPM akan menurun.

**Persamaan:** Menguji pengaruh pengungkapan CSR dengan variabel independen CSR dan variabel dependen profitabilitas yang diukur dengan ROA, ROE dan NPM. Selain itu persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sektor yang diteliti yaitu sektor pertambangan.

**Perbedaan:** Penelitian terdahulu menggunakan periode tahun 2010-2011 sedangkan penelitian ini menggunakan periode tahun 2010-2014. Selain itu penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel dependen yang diukur dengan

profitabilitas sedangkan penelitian ini variabel dependen diukur dengan profitabilitas dan *leverage*.

### **3. Wijayanti, Sutaryo, dan Prabowo (2011)**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil Penelitian *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA. Hasil pengujian per kategori CSR tidak semua kategori pengungkapan berpengaruh terhadap ROA hanya kategori produk yang berpengaruh terhadap ROA. Kedua, CSR berpengaruh signifikan positif terhadap ROE. Hasil pengujian per kategori CSR tidak semua berpengaruh signifikan hanya kategori lingkungan, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja dan produk yang berpengaruh signifikan positif. Ketiga, CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap EPS.

**Persamaan:** Menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan variabel independen CSR dan variabel dependen ROA dan ROE.

**Perbedaan:** Penelitian terdahulu menggunakan periode tahun 2008 sedangkan penelitian ini menggunakan periode tahun 2010-2014. Pada penelitian terdahulu *leverage* dijadikan sebagai variabel kontrol sedangkan pada penelitian ini *leverage* dijadikan sebagai variabel dependen. Penelitian terdahulu sektor yang diteliti adalah sektor industri manufaktur sedangkan penelitian ini menggunakan sektor pertambangan.

### **4. Lestari dan Nugroho (2010)**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Hasil Penelitian

Pertama, Pengungkapan CSR tahun 2007 berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA tahun 2007) di tahun yang sama pengungkapan CSR tersebut. Kedua, Pengungkapan CSR tahun 2007 tidak berpengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas (NPM tahun 2007). Ketiga, Pengungkapan CSR tahun 2007 tidak berpengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan (PER tahun 2007). Keempat, Pengungkapan CSR tahun 2007 berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA tahun 2008). Kelima, Pengungkapan CSR tahun 2007 tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (NPM tahun 2008), Keenam, Pengungkapan CSR tahun 2007 tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PER tahun 2008).

**Persamaan:** Menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan variabel independen CSR dan variabel dependen ROA dan NPM.

**Perbedaan:** Penelitian terdahulu menggunakan periode tahun 2007-2008 sedangkan penelitian ini menggunakan periode tahun 2010-2014. Pada penelitian terdahulu variabel dependen hanya menggunakan ROA, ROE dan nilai perusahaan (PER) sedangkan penelitian ini variabel dependen menggunakan profitabilitas (ROA, ROE dan NPM) dan *leverage* (DER). Selain itu, penelitian terdahulu menggunakan sampel berbagai industri yang ada di Indonesia yang terdaftar di BEI sedangkan penelitian ini menggunakan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Variabel	Hasil Penelitian
1	Sitorus dan Mangoting (2014)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Independen : CSR (kinerja ekonomi, lingkungan, HAM, tenaga kerja, masyarakat dan tanggung jawab produk)</li> <li>2. Dependen : NPM</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengungkapan CSR melalui variabel ekonomi, HAM dan tanggung jawab produk tidak berpengaruh terhadap profit perusahaan <i>Consumer Goods</i> di Indonesia.</li> <li>2. Pengungkapan CSR melalui variabel lingkungan dan masyarakat berpengaruh positif terhadap profit perusahaan <i>Consumer Goods</i> di Indonesia.</li> <li>3. Pengungkapan CSR melalui variabel tenaga kerja memiliki pengaruh negatif terhadap profit perusahaan <i>Consumer Goods</i> di Indonesia.</li> </ol>
2	Candrayanthi dan Saputra (2013)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Independen : CSR</li> <li>2. Dependen : Kinerja Perusahaan (ROA, ROE dan NPM)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap ROA perusahaan pertambangan</li> <li>2. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap ROE perusahaan pertambangan</li> <li>3. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap NPM perusahaan pertambangan</li> </ol>
3	Wijayanti, Sutaryo, dan Prabowo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Independen : CSR</li> <li>2. Dependen : Kinerja Keuangan (ROA, ROE, dan EPS)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA</li> <li>2. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap ROE</li> <li>3. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap EPS.</li> </ol>

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**  
**(Lanjutan)**

No	Nama	Variabel	Hasil Penelitian
4	Lestari dan Nugroho (2010)	1. Independen : CSR  2. Dependen : Profitabilitas	1. Pengungkapan CSR tahun 2007 berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA tahun 2007)  2. Pengungkapan CSR tahun 2007 tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (NPM tahun 2007)  3. Pengungkapan CSR tahun 2007 tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PER tahun 2007)  4. Pengungkapan CSR tahun 2007 berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA tahun 2008)  5. Pengungkapan CSR tahun 2007 tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (NPM tahun 2008)  6. Pengungkapan CSR tahun 2007 tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PER tahun 2008)

## 2.2 Teori

### 2.2.1 Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

O'Donovan (2002) berpendapat dalam Nor Hadi (2011 : 87) legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dari masyarakat. Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategi

bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan. Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumberdaya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup.

Sejalan dengan karakternya yang berdekatan dengan ruang dan waktu, legitimasi mengalami pergeseran bersamaan dengan perubahan dan perkembangan lingkungan dan masyarakat dimana perusahaan berada (Nor Hadi, 2011 : 87). Perubahan nilai dan norma sosial dalam masyarakat sebagai konsekuensi perkembangan dan peradaban manusia, juga menjadi motivator perubahan legitimasi perusahaan di samping juga dapat menjadi tekanan bagi legitimasi perusahaan (Nor Hadi, 2011 : 88).

Robin dan Tobin (2002) dalam Nor Hadi (2011: 89) menyatakan legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Legitimasi mengalami pergeseran sejalan dengan pergeseran masyarakat dan lingkungan, perusahaan harus dapat menyesuaikan perubahan tersebut baik produk, metode dan tujuan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan terancam.

### **2.2.2 Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)**

Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggungjawab terhadap para pemilik (*Shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas

yaitu pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*), selanjutnya disebut tanggungjawab sosial (*Social Responsibility*). Fenomena seperti ini terjadi, karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi (Nor Hadi, 2011 : 93). Untuk itu tanggung jawab perusahaan semua hanya diukur sebatas pada indikator ekonomi dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial terhadap *stakeholder*, baik internal maupun eksternal.

*Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti : pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, Lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja lingkungan perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Menurut Nor Hadi (2011 : 95), berdasarkan pada asumsi dasar *stakeholder theory* tersebut, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial sekitarnya. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu usaha dan jaminan *going concern*.

Esensi teori *stakeholder* tersebut jika ditarik dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi *expectation gap* dengan



masyarakat sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat, ternyata terdapat benang merah. Untuk itu, perusahaan hendaknya menjaga reputasi yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation*, ke arah memperhitungkan faktor sosial sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*).

### **2.2.3 Pengertian dan Manfaat Corporate Social Responsibility**

Menurut Kotler dan Nancy (2005) *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan. Menurut CSR Forum, *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas lingkungan (Wibisono, 2007).

*Corporate Social Responsibility* adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab terhadap sosial dan lingkungan sekitar perusahaan berada. Bentuk tanggung jawab bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa / fasilitas masyarakat bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada disekitar perusahaan tersebut berada. CSR merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kebutuhan

*stakeholdernya*. CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang adalah lebih penting sekedar *profit*.

Selain CSR dianggap sebagai suatu kewajiban, namun juga akan mendatangkan manfaat bagi perusahaan. Manfaat tersebut menurut Lako (2010: 8) antara lain :

1. Investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam jangka panjang.
2. Memperkokoh profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan.
3. Meningkatkan akuntabilitas atas apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok dan konsumen.
4. Meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi, dan produktivitas karyawan.
5. Meningkatkan citra dan reputasi perusahaan.
6. Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan serta dihargai perusahaan.
7. Meningkatkan reputasi, goodwill, dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

#### **2.2.4 Perkembangan CSR di Indonesia**

Ismail Solihin (2009: 161) menyatakan bahwa perkembangan CSR untuk konteks Indonesia dapat dilihat dari dua perspektif yang berbeda. Pertama pelaksanaan CSR memang merupakan praktik bisnis secara sukarela. Artinya pelaksanaan CSR berasal dari inisiatif perusahaan dan bukan merupakan aktivitas yang dituntut untuk dilakukan perusahaan oleh peraturan perundang-undangan

yang berlaku di Indonesia. Kedua, pelaksanaan CSR ini tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74. Di dalam pasal tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Selain peraturan diatas, terdapat jugaperaturan mengenai pengungkapan aktivitas CSR di Indonesia. Hal ini diatur dalam Undang-Undang 33 Republik Indonesia Nomer 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 66 ayat 2 poin C yang mengatakan bahwa laporan tahunan harus memuat sekurang-kurangnya tentang Laporan Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

### **2.2.5 Indeks Pengungkapan CSR**

Pengungkapan CSR adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan tanggungjawab perusahaan. Indeks pengungkapan sosial merupakan rasio

antara total skor yang diberikan kepada sebuah perusahaan dengan skor yang diharapkan dapat diperoleh oleh perusahaan tersebut. Pengungkapan sosial merupakan data yang diungkap oleh perusahaan yang berkaitan dengan aktivitas sosialnya. Informasi mengenai CSR berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*), yang terdiri dari 6 indikator pengungkapan yaitu kinerja ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia, tanggung jawab produk, dan masyarakat sosial. Aspek dari masing-masing standar dan item-item yang harus dilaporkan pada indikator kinerja tersebut.

Dalam menentukan indeks pengungkapan digunakan teknik tabulasi berdasarkan daftar/checklist pengungkapan sosial. Suatu item diberi skor satu (1) jika perusahaan mengungkapkan item pengungkapan CSR yang ditetapkan dan diberi skor 0 (nol) jika perusahaan tidak mengungkapkan item pengungkapan CSR, menurut Megawati Cheng dan Yulius Jogi Christiawan (2011). Rumus Indeks CSR sebagai berikut :

$$\text{Pengungkapan CSR} = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah item yang ditetapkan GRI}}$$

### **2.2.6 Pengertian dan Manfaat Rasio Profitabilitas**

Menurut Kasmir (2008: 196), rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan menghasilkan keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan. Pada dasarnya penggunaan rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi suatu perusahaan. Dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat

profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin.

Kasmir (2008: 197), menerangkan bahwa tujuan dan manfaat penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yakni :

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

Pada penelitian ini rasio profitabilitas diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM)

#### 1. **Pengertian dan Rumus ROA (Return On Assets)**

*Return On Assets* (ROA) adalah rasio yang menunjukkan keefisienan perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva untuk memperoleh pendapatan atau laba.

Menurut Agnes Sawir (2001: 19), hasil pengembalian atas total aktiva atau ROA sebagai berikut :

$$ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ Assets}$$

## 2. Pengertian dan Rumus ROE (Return On Equity).

*Return On Equity* (ROE) merupakan rasio untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri (Kasmir, 2008 : 204). *Return On Equity* digunakan untuk mengukur *Rate Of Return* (tingkat imbal hasil) ekuitas. Para analisis sekuritas dan pemegang saham umumnya sangat memperhatikan rasio ini. Semakin tinggi return yang dihasilkan sebuah perusahaan, akan semakin tinggi harganya (Tambun, 2007 : 146)

Rumus :

$$ROE = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Equity}}$$

## 3. Pengertian dan Rumus NPM (Net Profit Margin)

*Net Profit Margin* (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. Semakin besar NPM berarti semakin efisien perusahaan tersebut dalam mengeluarkan biaya-biaya sehubungan dengan kegiatan operasinya (Weston & Copeland, 1999).

Semakin besar NPM berarti kinerja perusahaan semakin produktif. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modal pada perusahaan. Rumus untuk menghitung NPM adalah sebagai berikut :

$$NPM = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

### 2.2.7 Pengertian dan Manfaat Rasio Leverage

Rasio solvabilitas sering dikenal sebagai rasio *leverage* yang mengukur kontribusi pemilik (pemodal atau pemegang saham) dibandingkan dengan dana yang berasal dari kreditor (Rahardjo, 1993 : 16). Solvabilitas merupakan

kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya (baik jangka pendek maupun jangka panjang).

Rasio *leverage* mengukur tingkat solvabilitas suatu perusahaan (Sawir, 2001 : 13). Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban *financialnya* seandainya perusahaan tersebut pada saat itu dilikuidasi. Dengan demikian solvabilitas berarti kemampuan suatu perusahaan untuk membayar semua utang-utangnya, baik jangka panjang maupun jangka pendek.

Kasmir (2008: 153), menerangkan bahwa tujuan dan manfaat penggunaan rasio solvabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yakni :

1. Menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya
2. Menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga)
3. Menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal
4. Menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang
5. Menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva
6. Menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang
7. Menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri.

Pada penelitian ini rasio *leverage* diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER).

*Debt To Equity Ratio* adalah rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas yang berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (*kreditor*) dengan pemilik perusahaan. Rasio hutang modal (*Debt To Equity Ratio*) menggambarkan sejauh mana modal pemilik dapat menutupi hutang-hutang kepada pihak luar dan merupakan rasio yang mengukur hingga sejauh mana perusahaan dibiayai dari hutang. Rasio ini disebut juga rasio *leverage*.

Rasio *leverage* merupakan rasio untuk mengukur seberapa bagus struktur permodalan perusahaan. Struktur permodalan merupakan pendanaan permanen yang terdiri dari hutang jangka panjang, saham preferen dan modal pemegang saham (Wahyono, 2002 : 12).

Semakin kecil rasio hutang modal maka semakin baik dan untuk keamanan pihak luar rasio terbaik jika jumlah modal lebih besar dari jumlah hutang atau minimal sama (Harahap, 2008 : 303). Rumus untuk menghitung DER adalah sebagai berikut :

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal (Equity)}}$$



## **2.2.8 Pengaruh CSR dengan Profitabilitas dan Leverage**

### **1. Pengaruh Pengungkapan CSR dengan ROA**

Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dengan seluruh modal yang ada di dalamnya untuk menghasilkan keuntungan (Rahardjo, 1993 : 19). Rasio ini mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari penggunaan aktiva. Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang luas dapat memberikan citra positif yang dapat mendorong laba perusahaan semakin meningkat. Pengungkapan CSR oleh perusahaan diharapkan dapat meningkatkan ROA yaitu dengan diterimanya produk perusahaan maka menghasilkan laba yang tinggi, semakin laba mengalami peningkatan akan diikuti dengan kenaikan ROA. Jadi, dapat disimpulkan bahwa CSR memiliki konsekuensi ekonomi bagi perusahaan yaitu CSR mempengaruhi kinerja keuangan dan kinerja keuangan mempengaruhi CSR (Dewi *et.al*, 2014). Semakin tinggi laba maka ROA akan mengalami kenaikan. Hal ini menimbulkan minat investor karena perusahaan tersebut mempunyai daya tarik karena tingginya rasio.

### **2. Pengaruh Pengungkapan CSR dengan ROE**

*Return On Equity* memperlihatkan sejauh manakah perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif dengan mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan (Sawir, 2001 : 20). Semakin tinggi rasio ini semakin memperkuat posisi modal pemilik perusahaan.

*Stakeholders* akan memperoleh informasi yang cukup tentang perusahaan dari pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Hal ini dapat menimbulkan kepercayaan dan kesetiaan *stakeholders* kepada perusahaan. Kepercayaan dan kesetiaan ini ditunjukkan *stakeholders* khususnya investor akan memberikan bentuk premium nilai saham karena dengan perusahaan mengungkapkan CSR akan memberikan *image* bahwa perusahaan itu akan terus *sustainability* (berkelanjutan) selain itu produk perusahaan lebih diterima karena adanya citra positif yang ditimbulkan dari pengungkapan CSR sehingga meningkatkan laba dan akan diikuti oleh kenaikan ROE perusahaan.

### **3. Pengaruh Pengungkapan CSR dengan NPM**

Penggunaan NPM untuk mengukur keuntungan dengan membandingkan antara laba bersih setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan (Kasmir, 2010). Hal ini menunjukkan kestabilan kesatuan untuk menghasilkan pendapatan pada tingkat penjualan. Rasio ini menunjukkan berapa besar presentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Hal tersebut membuat investor dapat menilai apakah perusahaan itu *profit* atau tidak.

Perusahaan dengan menghadirkan pernyataan tentang produk aman yang menjadi salah satu item yang terdapat dalam item pengungkapan CSR menjadi salah satu strategi pemasaran yang bisa membuat peluang lebih di pasaran. Produk yang lebih laku dipasaran akan meningkatkan penjualan dan menaikkan profitabilitas perusahaan.

#### **4. Pengaruh Pengungkapan CSR dengan DER**

Penggunaan DER untuk menggambarkan perbandingan utang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan tersebut untuk memenuhi seluruh kewajibannya (Sawir, 2001 : 13). Hal ini menunjukkan bagaimana modal suatu perusahaan bisa memenuhi seluruh kewajibannya (jangka panjang maupun jangka pendek). Semakin kecil rasio ini akan semakin menguntungkan perusahaan, karena dengan modal sendiri perusahaan bisa memenuhi/mencukup seluruh kewajiban.

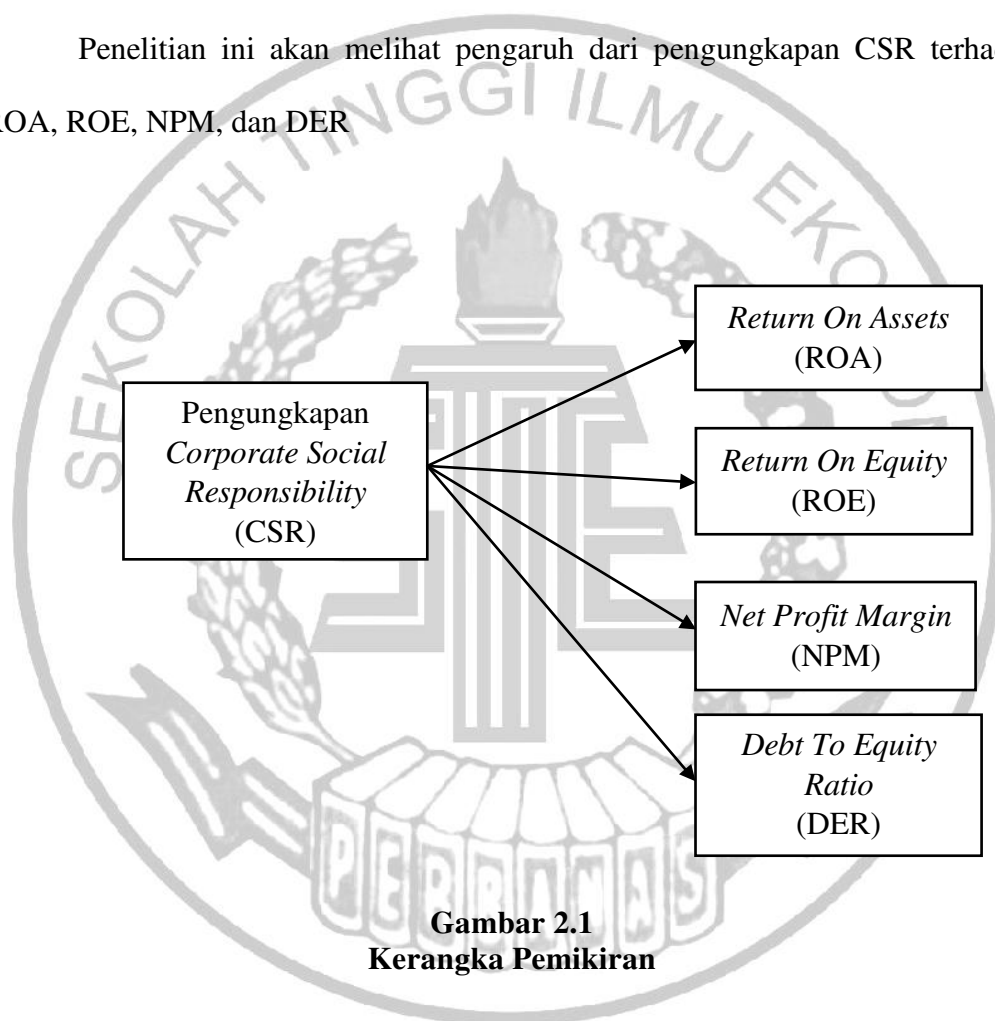
Investor perlu memperhatikan tingkat *leverage* perusahaan karena dapat memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan sehingga investor dapat melihat tingkat resiko tak terbayarkan suatu hutang. Dilihat dari pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan apakah nantinya akan mempengaruhi rasio *leverage* karena pengungkapan CSR ini akan timbul biaya yang ditanggung perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial yang bisa mengurangi pendapatan perusahaan atau bisa menimbulkan hutang perusahaan namun dengan adanya tanggung jawab sosial yang diungkapkan perusahaan dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut tetap bisa “*going concern*” di lingkungan tersebut. Dengan diberikan *disclose* informasi seperti CSR diharapkan pihak-pihak seperti kreditor dan investordapat melihat hal tersebut sebagai jaminan.

#### **2.3 Kerangka Pemikiran**

Sehubungan dengan tanggungjawab sosial, perlu disadari bahwa kesadaran perusahaan tentu akan memberikan dampak pada lingkungan dan masyarakat.

Kegiatan CSR dilakukan agar citra perusahaan menjadi lebih baik di mata *stakeholders* sehingga tetap mencapai tujuan utama yaitu *profit*. Pada penelitian ini, penulis memilih *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM) dan *Debt To Equity Ratio* (DER) untuk mengukur kinerja perusahaan.

Penelitian ini akan melihat pengaruh dari pengungkapan CSR terhadap ROA, ROE, NPM, dan DER



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

#### **2.4 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis bisa didefinisikan sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis di antara dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji (Sekaran, 2011 : 135). Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel yang

satu dengan variabel yang lainnya dalam hal ini pengungkapan CSR dengan profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, ROE, NPM serta pengungkapan CSR dengan leverage yang diproksikan dengan DER. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

H1 : Terdapat pengaruh antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Return On Assets* (ROA)

H2 : Terdapat pengaruh antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Return On Equity* (ROE)

H3 : Terdapat pengaruh antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Net Profit Margin* (NPM)

H4 : Terdapat pengaruh antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Debt To Equity Ratio* (DER).

