

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian kali ini merujuk pada beberapa penelitian terdahulu yang membahas topik yang sama yaitu yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility*. Berikut adalah hasil dari penelitian terdahulu :

1. Marissa Yaparto, Dianne Frisko K., RizkyEriandani(2013)”

Pada penelitian yang dilakukan oleh Marissa, Dianne, dan Rizky yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011” menggunakan variabel Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), dan Earning Per Share (EPS). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap ROA,ROE, dan EPS. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Sedangkan populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2011, sedangkan sampelyang digunakan dalam perusahaan ini sebanyak 158 perusahaan. Dalam penelitian ini mendapatkan hasil bahwa CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROA, ROE, maupun EPS.

Berikut adalah persamaan anantara peneliti sebelumnya dengan peneliti sekarang:

- a. Sama-sama menguji pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan.

Berikut adalah perbedaan antara peneliti sekarang dengan sebelumnya :

- a. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan rentang tahun 2010-2013. Sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan rentang tahun 2010-2011
- b. Dilihat dari variabel yang digunakan, penelitian terdahulu menggunakan variabel ROA,ROE, dan EPS. Sedangkan peneliti menggunakan variabel provisireklamasi, Aset Turn Over (ATO), imbalan pasca kerja, dan Return On Aset (ROA) .
- c. Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan sektor pertambangan. Sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan sektor manufaktur.

2. Putri Mardindari dan Sri Rustyaningsih (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Sri dengan judul “Tanggung Jawab Sosial Dan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur *Go Public* Di Bursa Efek Indonesia” bertujuan untuk menguji pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan. Pada penelitian ini yang merupakan populasi adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan rentang waktu antara 2008-2010 yang menerbitkan laporan keuangan. Populasi penelitian ini berjumlah 154 yang merupakan perusahaan manufaktur dari 19 subsektor industri yang terdaftar di BEI periode 2008-2010. Sampel yang di peroleh berjumlah 15 perusahaan yang terdiri dari 9 subsektor industri, sehingga penelitian ini menggunakan 45 sampel (15×3 tahun pengamatan). Teknik analisis yang digunakan adalah model analisis regresi linear berganda. Variabel

yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel rasio aktivitas dan rasio profitabilitas.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa biaya pasca kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja aktivitas dan kinerja profitabilitas, sedangkan sumbangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja aktivitas namun tidak berpengaruh pada kinerja profitabilitas.

Berikut adalah persamaan antara peneliti sekarang dengan sebelumnya :

- a. Pada peneliti sekarang dengan sebelumnya sama-sama menggunakan topik tentang CSR.
- b. Pada peneliti yang sekarang juga menggunakan imbalan pasca kerja, ATO dan ROA sebagai variabel yang akan diteliti.

Berikut adalah perbedaan antara peneliti yang sekarang dengan sebelumnya :

- a. Rentang tahun peneliti antara tahun 2010-2013. Sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan rentang tahun 2008-2010.
- b. Pada peneliti yang dilakukan sekarang CSR dilihat melalui akun provisi reklamasi.
- c. Pada peneliti yang dilakukan sekarang menggunakan sektor pertambangan. Penelitian sebelumnya dilakukan pada 9 sektor.

3. Bayoud., Kavanagh.,Slaugter(2012)

Pada penelitian kali ini yang berjudul *“An Empirical Study Of The Relationship Between Corporate Social Responsibility Disclosure And Organizational Performance : Evidence From Libya”* ini bertujuan untuk menguji hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja organisasi, yang dalam hal ini adalah kinerja

keuangan, komitmen karyawan, dan reputasi perusahaan dalam perusahaan yang terdapat pada Negara Libya. Negara Libya dipilih dikarenakan salah satu negara berkembang didunia dan telah megalami perubahan dalam periode waktu yang singkat dalam hal perubahan ekonomi, lingkungan, dan sosial. Dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan laporan tahunan periode 2007-2009 dan menggunakan survey kuisioner. Populasi dari penelitian ini terdiri dari 135 organisasi yang berada di Negara Libya yang berasal dari berbagai sektor. Sektor yang dipilih diantaranya adalah sektor manufaktur, bank, sektor asuransi, sektor jasa dan sektor pertambangan. Sedangkan sampel yang digunakan terdiri dari 40 perusahaan. Data tentang komitmen karyawan dan reputasi perusahaan dikumpulkan menggunakan kuisioner. Tekhnik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Multiple Regression Analysis (MRA)*. Variabel yang digunakan adalah kinerja keuangan, komitmen karyawan, reputasi perusahaan, dan ditambahkan teori *stakeholder*. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan perusahaan menunjukkan perhatian yang lebih besar untuk meningkatkan kinerja keuangan dan reputasi perusahaan melalui pengungkapan peningkatan CSR dalam laporan tahunan.

Berikut adalah persamaan antara peneliti sekarang dengan sebelumnya :

- a. Pada penelitian ini sama-sama meneliti tentang pengungkapan informasi CSR dalam perusahaan.
- b. Pada penelitian ini sama-sama menggunakan kinerja keuangan sebagai tolak ukur pengaruh CSR.

Berikut adalah perbedaan anatara peneliti sekarang dengan sebelumnya :

- a. Pada penelitian sebelumnya menguji tentang hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja organisasi, yang dalam hal ini adalah kinerja keuangan, komitmen karyawan, dan reputasi perusahaan dalam perusahaan yang terdapat pada Negara Libya. Sedangkan peneliti sekarang menguji pengaruh antara provisi reklamasi, imbalan pasca kerja terhadap ATO dan ROA.
- b. Pada peneliti sebelumnya menggunakan populasi dari sektor manufaktur, perbankan, sektor jasa, sektor asuransi, dan sektor pertambangan. Sedangkan peneliti sekarang menggunakan populasi dari sektor pertambangan.
- c. Pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel kinerja keuangan ,komitmen karyawan, dan reputasi perusahaan. Sedangkan peneliti sekarang menggunakan variabel provisi reklamasi, imbalan pasca kerja, ATO dan ROA.
- d. Pada penelitian sebelumnya menggunakan tahun penelitian 2007-2009. Sedangkan peneliti sekarang menggunakan tahun 2010-2013.
- e. Pada peneliti sebelumnya, menggunakan metode survey atau data primer. Sedangkan peneliti sekarang menggunakan metode dokumentasi yang bersumber dari www.idx.com atau data sekunder.

Berikut adalah tabel perbedaan antara penelitian yang sekarang dengan yang sebelumnya

Tabel 2.1
Persamaan Dan Perbedaan Antara Peneliti Terdahulu Dengan Peneliti Sekarang

Ket.	Marissa Yaparto, Dianne Frisko K., SE.,M.Ak. , RizkyEriandani., SE., M.Ak	Putri Mardindari , Sri Rustiyaningsih	Bayoud,Nagib Salem; Kavanagh, Marie; Slaughter Geoff	Putri AsizaAgustien Aulia Rahmah
Judul	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011”	“Tanggung Jawab Sosial Dan KinerjaKeuangan Pada Perusahaan Manufaktur <i>Go Public</i> Di Bursa Efek Indonesia”	“An Empirical Study Of The Relationship Between Corporate Social Responsibility Disclosure And Organizational Performance : Evidence From Libya”	“Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan
Tujuan	menguji pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap ROA,ROE, dan EPS.	pengaruh tanggung jawab social perusahaan terhadap kinerja keuangan	Mengetahui hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja organisasi	menguji pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan pertambangan periode 2010-2013”.
Sampel	158 perusahaan	45perusahaan (15x3tahunpengamatan)	40 perusahaan	44 perusahaan
Variabel	ROA,ROE,EPS	Kinerja aktivitas dan kinerja profitabilitas	kinerja keuangan, komitmen karyawan, dan reputasi perusahaan	ROA,ATO,provisi reklamasi, imbalanpascakerja
Periode Pengujian	2010-2011	2008-2010	2007-2009	2010-2013
Tekhnik Sampling	Purposive Sampling	Purposive Sampling	Purposive Sampling	Purposive Sampling
Tekhnik Analisis	Regresi linier berganda	Regresi linier berganda	Regresi linear berganda	Regresilinear berganda
Hasil	CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROA, ROE, maupun EPS.	biaya pasca kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja aktivitas dan kinerja profitabilitas. Sedangkan sumbangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja aktivitas namun tidak berpengaruh pada kinerja profitabilitas	mengindikasikan perusahaan menunjukkan perhatian yang lebih besar untuk meningkatkan kinerja keuangan dan reputasi perusahaan melalui pengungkapan peningkatan CSR dalam laporan tahunan	Imbalanpasca kerjasecara signifikantidak berpengaruh terhadap ROA dan ATO. Provisi reklamasi berpengaruh terhadap ATO tetapi tidak berpengaruh terhadap ROA.

Sumber :MarissaYaparto, dkk ; Putri dan Sri ; Bayoud,Nagib, dkk

2.2 Landasan Teori

Berikut ini adalah ulasan tentang teori-teori yang akan digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini:

2.2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Nor Hadi, (2011:48) pengertian CSR merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

Menurut Hendrik Budi Untung (2008;1) *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan hubungan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan budaya. Kompleksitas permasalahan sosial (*social problems*) yang semakin rumit dan implementasi desentralisasi telah menempatkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai suatu konsep yang diharapkan mampu memberikan alternatif terobosan baru dalam pemberdayaan masyarakat miskin. Era desentralisasi merupakan momentum yang relevan bagi realisasi program CSR sebagai wujud keterlibatan sektor privat dalam memberdayakan masyarakat miskin sehingga mereka terbebas dari permasalahan sosial yang dihadapi.

Growther David (2008) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu :

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan.
2. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan.
3. *Transparency*, merupakan suatu hal yang penting bagi pihak eksternal yang berperan untuk mengurangi asimetri perusahaan, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggung jawaban berbagai dampak lingkungan.

2.2.2 Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR)

Prinsip dasar CSR adalah pemberdayaan masyarakat setempat yang dalam keadaan miskin agar terbebas dalam belenggu kemiskinan. Dengan adanya prinsip dasar tersebut, dapat diuraikan bahwa manfaat CSR bagi perusahaan adalah :

1. mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merk perusahaan
2. mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
3. mereduksi bisnis perusahaan
4. melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan
5. membuka peluang pasar yang lebih luas
6. mereduksi biaya, misalkan yang terkait dengan pembuangan limbah
7. memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*
8. memperbaiki hubungan dengan regulator
9. meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
10. peluang mendapatkan penghargaan

2.2.3 Teori Legitimasi

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan suatu alat untuk mengkonstruksikan strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan ditengah-tengah lingkungan yang semakin maju. Legitimasi merupakan keadaan psikologis, keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. Dalam legitimasi, juga dapat terjadi *legitimacy gap (incongruence)* dapat terjadi karena beberapa faktor (Watrack dan Mahon;1994) diantaranya adalah :

1. Ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah.
2. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap perusahaan telah berubah.
3. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat berubah kearah yang berbeda atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda.

2.2.4 Teori Kontrak Sosial

Prinsip utama dari teori kontrak sosial menyatakan bahwa masyarakat terdiri dariserangkaian kontrak implisit dan eksplisit antar individu, organisasi dan lembaga. Kontrak ini berkembang sehingga pertukaran dapat dibuat antar pihak dalam lingkungan yang harmonis dan saling mempercayai (Nor Hadi;95-99). Menurut teori ini sosial, perusahaan dan organisasi, masuk ke dalam kontrak dengan anggota masyarakat lainnya dan mendapat bahan baku, barang dan persetujuan sosial untuk beroperasi yang di tukar dengan perilaku yang baik dari

perusahaan. Hal tersebut dapat menghasilkan kekuatan sosial perusahaan tidak hanya internal tetapi juga eksternal perusahaan

2.2.5 Teori Stakeholders

Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholder*), namun dewasa ini bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*), yang kemudian lebih dikenal sebagai tanggungjawab sosial perusahaan. Hal tersebut terjadi dikarenakan adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalitas* yang timbul akibat ketimpangan sosial yang terjadi (Harahap,2002). Untuk itu, tanggung jawab sosial perusahaan yang dulunya hanya sebatas dalam laporan keuangan, kini bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*) terhadap *stakeholder*, baik internal maupun eksternal.

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

Batasan *stakeholder* tersebut mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung ataupun tidak langsung atas

aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan oleh perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan para *stakeholder* dapat menuai protes dan legitimasi *stakeholder* akan hilang.

Berdasar pada asumsi dasar *stakeholder theory* tersebut, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial (*social setting*) sekitarnya. Perusahaan juga perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukannya dalam rangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern*.

Teori stakeholder ini jika dikaitkan dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi *expectation gap* dengan masyarakat publik sekitar agar dapat meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat. Oleh karena itu perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula mengarah pada *shareholder orientation* kini lebih mengarah pada memperhitungkan faktor sosial (*social factors*) sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*).

1.2.6 Teori Fredrick Herzberg

Teori Dua Arah (juga dikenal sebagai teori motivasi Herzberg atau teori hygiene-motivator). Teori ini dikembangkan oleh Frederick Irving Herzberg. Frederick menyatakan bahwa ada faktor-faktor tertentu di tempat kerja yang menyebabkan kepuasan kerja, sementara pada bagian lain ada pula faktor lain yang menyebabkan ketidakpuasan. Faktor-faktor tertentu ditempat kerja tersebut

oleh Frederick Herzberg diidentifikasi sebagai hygiene factor (factor kesehatan) dan motivation factors (factor pemuas). Berikut adalah penjelasan untuk masing-masing factor :

1. Hygiene Factors (Faktor Kesehatan)

Hygiene factors (factor kesehatan) adalah factor pekerjaan yang penting untuk adanya motivasi di tempat kerja. Factor ini tidak mengarah pada kepuasan positif untuk jangka panjang. Tetapi, jika factor ini tidak hadir, maka muncul ketidakpuasan. Factor ini adalah factor ekstrinsik untuk bekerja. Factor higienis juga disebut sebagai dissatisfiers atau factor pemeliharaan yang digunakan untuk menghindari ketidakpuasan. Hygiene factors adalah gambaran kebutuhan fisiologis individu yang diharapkan untuk dipenuhi. Hygiene factors (factor kesehatan) meliputi gaji, kehidupan pribadi, kualitas supervise, kondisi kerja, jaminan kerja, hubungan antar pribadi, kebijaksanaan dan administrasi perusahaan. Menurut Herzberg faktor higienis/extrinsic factor tidak akan mendorong minat pegawai untuk berforma baik, akan tetapi jika faktor-faktor ini dianggap tidak dapat memuaskan dalam berbagai hal seperti gaji tidak memadai, kondisi kerja tidak menyenangkan, faktor-faktor itu dapat menjadi sumber ketidakpuasan.

2. Motivation Factors (Faktor Motivasi)

Faktor motivasi harus menghasilkan kepuasan positif. Faktor-faktor yang melekat dalam pekerjaan dan motivasi karyawan untuk sebuah kinerja yang unggul disebut sebagai faktor pemuas. Faktor motivasi dikaitkan dengan isi pekerjaan mencakup keberhasilan, pengakuan, pekerjaan yang menantang,

peningkatan dan pertumbuhan dalam pekerjaan. Faktor motivation/intrinsic factor merupakan faktor yang mendorong semangat guna mencapai kinerja yang lebih tinggi. Jadi pemuasan terhadap kebutuhan tingkat tinggi (faktor motivasi) lebih memungkinkan seseorang untuk berforma tinggi daripada pemuasan kebutuhan lebih rendah. Adapun yang merupakan faktor motivasi menurut Herzberg adalah pekerjaan itu sendiri, prestasi yang diraih, peluang untuk maju, pengakuan orang lain, dan tanggung jawab.

1.2.7 Corporate Social Responsibility

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dewasa ini dikenal dengan sebutan Corporate Social Responsibility merupakan tanggung jawab perusahaan, tidak hanya terhadap internal perusahaan tetapi juga eksternal perusahaan. Dalam penelitian ini internal perusahaan diukur menggunakan Imbalan Pasca Kerja. Sedangkan eksternal perusahaan diukur menggunakan provisi reklamasi. Berikut adalah penjelasan mengenai kedua pengukuran tersebut :

1. Imbalan Pasca Kerja. Pada penelitian ini imbalan pasca kerja merefleksikan imbalan yang dikeluarkan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan karyawan serta keluarga karyawan tersebut setelah masa kerja telah habis atau purna kerja.

Imbalan pasca kerja dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$IPK = \frac{\text{imbalan pasca kerja}}{\text{total hutang}} \times 100\% \dots\dots\dots(1)$$

2. Provisi reklamasi. Provisi reklamasi merupakan suatu jumlah yang harus dikeluarkan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan

dalam usaha memperbaiki lahan yang terganggu sebagai akibat pertambangan umum, agar dapat berfungsi sesuai dengan peruntukannya. Pada penelitian ini provisi reklamasi dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Provisi Reklamasi} = \frac{\text{total provisi reklamasi}}{\text{total hutang}} \times 100\% \dots\dots\dots(2)$$

2.2.8 Kinerja Keuangan

Dalam perusahaan kinerja keuangan merupakan hal yang terpenting. Karena dalam kinerja keuangan tercermin bagaimana suatu perusahaan menjalankan operasinya. Hal tersebut dapat dilihat melalui profit yang dihasilkan, hutang yang dipinjamnya pada pihak ketiga, dan harta atau aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Baik atau buruknya kinerja perusahaan dapat tercermin dari profit dan hutang yang dimiliki oleh perusahaan. Dewasa ini investor tidak hanya tertarik kepada perusahaan yang memiliki profit yang besar, tetapi juga kepedulian kepada lingkungan dan masyarakat sekitar. Kinerja keuangan terbagi menjadi 4 rasio, diantaranya adalah rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan yang terakhir adalah rasio profitabilitas. Pada penelitian yang sekarang sedang dilakukan, menggunakan dua rasio keuangan, yaitu rasio profitabilitas dan rasio aktivitas. Peneliti menggunakan kedua rasio tersebut dikarenakan peneliti berpendapat kedua rasio tersebut sangat tepat untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dikaitkan dengan pengukuran CSR yang dilakukan (Putri dan Sri, 2013). Berikut adalah penjelasan mengenai kedua rasio tersebut :

1. *Rasio Profitabilitas*. Pencapaian profit merupakan hal yang penting didalam suatu perusahaan. Dengan tingginya profit yang dicapai dapat menunjukkan kemampuan perusahaan yang baik dalam mengelola asset yang dimiliki. Kasmir (2011:196) berpendapat bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Tidak hanya dalam menilai kemampuan dalam mencari keuntungan, rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal tersebut dapat terlihat dari laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *Return On Asset (ROA)* dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

ROA dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan asset yang dimiliki. Semakin besar nilai ROA maka semakin efektif manajemen dalam mengelola asset untuk menghasilkan laba. Rasio ROA dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \dots \dots \dots (3)$$

2. *Rasio Aktivitas*. Dalam suatu perusahaan, tidak hanya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang harus dimiliki, tetapi juga kemampuan perusahaan dalam mengelola asset, hutang dan juga piutang dalam perusahaan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Asset Turn Over (ATO)* untuk mengukur kinerja perusahaan yang dilihat dari rasio aktivitas. ATO merupakan kemampuan aktiva dalam menciptakan penjualan. Rasio ATO dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut

$$ATO = \frac{\text{penjualan netto}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\% \dots\dots\dots(4)$$

2.2.9 Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Keuangan

Tanggung jawab sosial atau yang lebih kita kenal dengan sebutan CSR, bukan sesuatu hal yang baru didalam perusahaan. Dewasa ini, perusahaan semakin berlomba-lomba dalam melakukan kegiatan CSR. Karena, perusahaan berfikir dengan dijalankannya program CSR, maka perusahaan akan mendapatkan simpati. Tidak hanya dari masyarakat sekitar, pengguna produk perusahaan, tetapi juga para investor. Dari sisi masyarakat sekitar perusahaan, dengan adanya CSR mereka akan berpendapat bahwa perusahaan benar memiliki kepedulian terhadap mereka. Dari segi pelanggan, mereka akan merasa bangga saat menggunakan produk tersebut. Karena perusahaan yang membuat produk tersebut tidak hanya mengejar profit tetapi juga memiliki kepedulian di bidang sosial. Investor pun akan tertarik dengan perusahaan yang memiliki citra baik di mata masyarakat. Dengan berjalannya program CSR maka akan menarik minat investor untuk bergabung kedalam perusahaan tersebut.

CSR dalam penelitian ini di proksikan kedalam dua akun, yaitu provisi reklamasi dan imbalan pasca kerja. Kinerja keuangan dalam penelitian ini diukur menggunakan ROA dan ATO. Berikut adalah penjelasan pengaruh masing-masing CSR pada kinerja keuangan :

1. *Pengaruh Provisi Reklamasi pada Kinerja Keuangan.* Dalam Peraturan Pemerintah No. 78 Tahun 2010 Tentang Reklamasi dan Pasca Tambang menyebutkan bahwa reklamasi bertujuan meningkatkan ketaatan dari pemegang izin usaha pertambangan tahap eksploitasi atau operasi produksi

dalam melaksanakan reklamasi sesuai dengan persetujuan pihak-pihak yang berwenang. Dengan begitu perusahaan pertambangan harus memiliki Izin Usaha Pertambangan (IUP) dan juga wajib melakukan reklamasi sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk melakukan reklamasi, salah satunya adalah dengan menerapkan restorasi atau mengembalikan bekas tambang menjadi seperti keadaan semula. Rehabilitasi lahan yang dalam hal ini merupakan usaha memperbaiki lahan yang terganggu juga dapat dilakukan dalam rangka reklamasi. Selain itu revegetasi atau usaha penanaman kembali pada lahan kegiatan tambang juga dapat dilakukan. Dengan dikeluarkan provisi reklamasi tersebut sesuai dengan teori yang telah diungkapkan sebelumnya, yaitu *Teori Stakeholders*.

Teori *Stakeholders* tersebut berpendapat bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholders*), tetapi juga menjadi lebih luas yaitu kepada sosial kemasyarakatan. *Stakeholder* adalah pihak baik internal ataupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat langsung ataupun tidak dengan perusahaan. Berdasarkan pada penjelasan diatas, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial sekitarnya. Perusahaan juga perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendukungnya dalam rangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan tersebut, yaitu stabilitas dan jaminan *going concern*. Dengan adanya kegiatan reklamasi tersebut diatas yang didukung oleh Teori *Stakeholder*, maka hal tersebut nantinya akan berdampak pada

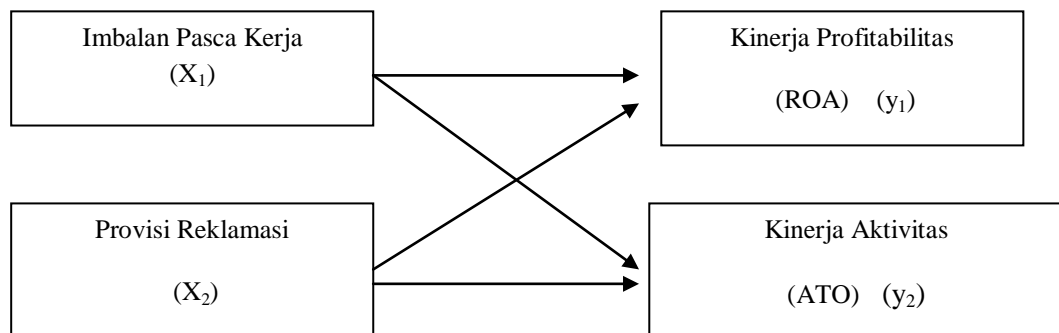
stabilitas perusahaan jangka panjang, yang dimana nantinya perusahaan akan mendapatkan profit yang banyak sebagai timbal balik dari kepercayaan masyarakat dan investor kepada perusahaan. Hal tersebut jika dilihat dalam annual report dapat berdampak pada kinerja profitabilitas dan aktivitas perusahaan tersebut.

2. *Pengaruh Imbalan Pasca Kerja Pada Kinerja Keuangan.* Tidak hanya mengejar profit, tetapi perusahaan juga wajib dalam memperhatikan kesejahteraan karyawan. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan, salah satunya adalah dengan memberikan imbalan pasca kerja kepada karyawan purna kerja. Imbalan pasca kerja diberikan oleh perusahaan sebagai kompensasi atas hasil kerja pegawai selama bekerja. Selain imbalan pasca kerja yang dimaksudkan untuk mensejahterahkan para karyawan, kesejahteraan karyawan juga dapat berupa insentif, tunjangan-tunjangan, dan kenikmatan karyawan. Kepuasan kerja juga berawal dari berbagai aspek kerja, seperti upah, promosi, kondisi kerja dan tunjangan. Dengan demikian dapat dikatakan biaya kesejahteraan karyawan dapat meningkatkan kepuasan kerja yang mempengaruhi produktivitas karyawan dan akan berimplikasi terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan pendapatan melalui penjualan (kinerja aktivitas perusahaan). Aktivitas sosial perusahaan yang dalam penelitian ini adalah imbalan pasca kerja dapat merubah citra perusahaan di masyarakat. Pengungkapan imbalan pasca kerja ini diharapkan dapat menarik para calon investor dan konsumen yang memperhatikan aktivitas sosial perusahaan sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan tersebut.

Sehingga hal tersebut dapat berimplikasi pada kinerja penciptaan pendapatan (kinerja aktivitas perusahaan). Masyarakat dan investor yang bersimpati terhadap pengungkapan biaya pasca kerja ini akan merespon aktivitas sosial perusahaan dengan menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal tersebut nantinya akan berdampak pada kinerja penciptaan pendapatan melalui penjualan, yang dapat dilihat dari profit dan penjualan perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian kali ini menggunakan data sekunder yang berasal dari *annual report* perusahaan yang dapat dilihat melalui www.idx.co.id. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh provisi reklamasi dan imbalan pasca kerja terhadap kinerja aktivitas perusahaan dan kinerja profitabilitas perusahaan. Kerangka penelitian pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 **Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan kajian teori dan rempiris yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka hipotesis yang akan digambarkan adalah sebagai berikut :

1. Imbalan pasca kerja secara parsial berpengaruh terhadap kinerja profitabilitas
2. Provisi reklamasi secara parsial berpengaruh terhadap kinerja profitabilitas
3. Imbalan pasca kerja dan provisi reklamasi secara simultan berpengaruh terhadap kinerja profitabilitas.
4. Imbalan pasca kerja secara parsial berpengaruh terhadap kinerja aktivitas
5. Provisi reklamasi secara parsial berpengaruh terhadap kinerja aktivitas
6. Imbalan pasca kerja dan provisi reklamasi secara simultan berpengaruh terhadap kinerja aktivitas.

