

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori *Stakeholder***

Perusahaan dapat eksis di suatu lingkungan itu ditentukan oleh para *stakeholder*. Jika perusahaan berada di lingkungan yang *stakeholdernya* sangat kuat maka perusahaan akan semakin kuat untuk beradaptasi sesuai dengan keinginan para *stakeholder*-nya (Saputra, dkk. 2019: 11). Menurut Ulman di dalam Ghozali & Chariri, (2014: 442) mengatakan perusahaan harus dapat meyakinkan *stakeholder* dengan membuat suatu laporan sesuai dengan keinginan dari *stakeholder* yang berbeda-beda.

Perusahaan tidak dapat menjadi suatu bisnis yang melaksanakan kegiatan operasionalnya untuk kepentingannya sendiri, namun harus juga memberikan *impact* yang bermanfaat dan berguna sesuai kebutuhan *stakeholder*-nya. Kesuksesan hidup matinya perusahaan berada pada bagaimana perusahaan tersebut mampu menyeimbangkan keberagaman kepentingan-kepentingan para *stakeholder* atau pemangku kepentingan, apabila perusahaan mampu maka akan meraih dukungan secara berkala, dapat meningkatkan pangsa pasar, penjualan serta laba perusahaan, dengan perspektif ini masyarakat dan lingkungan merupakan bagian dari *stakeholder* inti perusahaan yang harus diperhatikan (Lako, 2011: 5).

Setiap perusahaan memiliki *stakeholder* yang berbeda-beda, sehingga dibedakan menjadi 3 macam menurut Ramirez (Wahyudi & Azheri, 2011: 74) yaitu *Primer Stakeholders* dan *Secondary Stakeholders*.

1. *Primer Stakeholders*

*Stakeholders* ini memiliki kepentingan secara langsung dengan kebijakan operasional perusahaan secara tertentu. Seperti :

- a. Masyarakat dan tokoh masyarakat, dan
- b. Pihak manajer publik, seperti lembaga atau badan publik yang bertanggung jawab dalam pengambilan dan implementasi suatu keputusan

2. *Secondary Stakeholders*

*Stakeholders* yang tidak berkaitan dengan kepentingan secara langsung pada kebijakan operasional perusahaan namun memiliki kepedulian dan keprihatinan. Seperti :

- a. Lembaga pemerintah setempat namun tidak memiliki tanggung jawab langsung
- b. Lembaga pemerintah yang terkait dengan isu namun tidak memiliki wewenang untuk mengambil keputusan
- c. Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)

3. *Key Stakeholders*

*Stakeholders* yang memiliki suatu kewenangan penuh dan legal terhadap pengambilan keputusan. *Stakeholders* kunci ini merupakan suatu unsur eksekutif sesuai levelnya.

## 2.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi ini berlandaskan dengan “*social contract*” antara perusahaan dengan masyarakat sekitar perusahaan melakukan kegiatan operasional serta menggunakan sumber ekonomi. Menurut Michelin dan Parbonetti, dalam Darma, dkk (2019: 80) menjelaskan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan operasional dalam lingkungan yang dapat merubah secara konstan dan perusahaan harus selalu berusaha untuk meyakinkan masyarakat bahwa perilaku mereka sesuai dengan norma dan batas-batas yang ada. Sedangkan menurut Wulandari dan Hanifa (2017: 1480) teori legitimasi ini suatu sistem yang mengedepankan perhatian perusahaan kepada masyarakat, sehingga seluruh operasional perusahaan harus sesuai dengan harapan perusahaan.

Menurut Lako (2014: 144) menyatakan teori legitimasi ini mewajibkan korporasi dan komunitas untuk memiliki hubungan sosial yang erat, karena keduanya terikat dalam “*social contract*”. Dengan adanya kontrak sosial yang terjalin antara perusahaan dengan komunitas, hal tersebut menurut Lako (2011: 6) terjadi karena adanya dukungan secara politis dan dijamin oleh regulasi parlemen dan pemerintah daerah yang terkait yang merupakan representasi dari masyarakat sekitar perusahaan. Artinya terdapat kontrak sosial ada yang terjadi secara tidak langsung antara perusahaan dan masyarakat. Namun Ghozali & Chariri (2014: 442) menyatakan bahwa sebuah institusi atau perusahaan harus melalui lolos uji legitimasi serta relevansi dengan menunjukkan dan

meyakinkan masyarakat tentang jasa perusahaan dan kelompok tertentu yang memperoleh manfaat dari penghargaan yang di terima sehingga dapat meyakinkan dan mendapatkan persetujuan masyarakat.

## **2.3 Analisis Rasio Laporan Keuangan**

### **2.3.1 Definisi Analisis Rasio Laporan Keuangan**

Analisis Rasio Laporan Keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang terdapat di dalam laporan keuangan dengan membagi satu angka dengan angka lainnya (Kasmir, 2015: 104). Perbandingannya dapat dilakukan dengan membandingkan komponen-komponen laporan keuangan yang mana terdiri dari angka-angka, sehingga mendapatkan suatu penilaian terhadap kondisi keuangan perusahaan.

Menurut Warsidi dan Bambang dalam Fahmi (2017: 108) menyatakan rasio keuangan merupakan sebuah instrument untuk menganalisa prestasi perusahaan dengan melihat hubungan dan indikator keuangan untuk mengetahui kondisi keuangan dimasa lalu serta menggambarkan sebuah pola perubahan yang dapat menunjukkan suatu resiko atau peluang pada perusahaan.

### **2.3.2 Manfaat Analisis Rasio Laporan Keuangan**

Dengan melakukan analisis rasio yang bertujuan untuk mengetahui resiko atau peluang yang tercipta diperusahaan sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan atau memanfaatkan kondisi tersebut. Menurut

Fahmi (2017: 109) menyatakan terdapat beberapa manfaat yang didapatkan jika menggunakan rasio keuangan, yaitu:

- a. Analisa rasio keuangan sangat bermanfaat untuk dijadikan sebagai alat menilai kinerja dan prestasi perusahaan,
- b. Analisa rasio keuangan sangat bermanfaat bagi pihak manajemen sebagai rujukan untuk membuat perencanaan,
- c. Analisa rasio keuangan dapat dijadikan sebagai alat untuk mengevaluasi kondisi suatu perusahaan dari perspektif keuangan,
- d. Analisa rasio keuangan juga bermanfaat bagi para kreditor dapat digunakan untuk memperkirakan potensi risiko yang akan dihadapi dikaitkan dengan adanya jaminan kelangsungan pembayaran bunga dan pengembalian pokok pinjaman, dan
- e. Analisa rasio keuangan dapat dijadikan sebagai penilaian bagi pihak *stakeholder* organisasi.

### **2.3.3 Kelemahan Analisis Rasio Laporan Keuangan**

Fahmi (2017: 110) menyebutkan terdapat beberapa kelemahan terhadap penggunaan Analisis Rasio Laporan Keuangan, yaitu:

- a. Penggunaan rasio keuangan akan memberikan pengukuran yang relative terhadap kondisi suatu perusahaan. Sisi relative disini yang dimaksud bahwa seperti yang dikemukakan oleh Helfert dimana rasio-rasio keuangan bukanlah merupakan kriteria mutlak. Pada kenyataannya, Analisis Rasio Laporan Keuangan hanyalah suatu titik awal dalam analisis keuangan perusahaan.

- b. Analisis Rasio Laporan Keuangan hanya dapat dijadikan sebagai peringatan awal dan bukan kesimpulan akhir. Ini sebagaimana yang dikatakan oleh Friedlob dan Plewa menyebutkan analisis rasio tidak memberikan banyak jawaban kecuali menyediakan rambu-rambu tentang apa yang seharusnya diharapkan.
- c. Setiap data yang diperoleh yang dipergunakan dalam menganalisis adalah bersumber dari laporan keuangan perusahaan. Maka sangat memungkinkan data yang diperoleh tersebut adalah data yang angkanya tidak memiliki tingkat keakuratan yang tinggi, dengan alasan mungkin saja data-data tersebut diubah dan disesuaikan berdasarkan kebutuhan.
- d. Pengukuran rasio keuangan banyak yang bersifat *artificial*. *Artificial* di sini artinya perhitungan rasio keuangan tersebut dilakukan oleh manusia, dan setiap pihak memiliki pandangan yang berbeda-beda dalam menempatkan ukuran dan terutama justifikasi dipergunakannya rasio-rasio tersebut. Dimana kadang kala justifikasi penggunaan rasio tersebut sering tidak mampu secara maksimal menjawab kasus-kasus yang di analisis.

#### **2.3.4 Macam-Macam Rasio Laporan Keuangan**

Rasio keuangan terdapat beberapa macam yang tergolongkan sesuai dengan tujuannya. Berikut merupakan macam-macam rasio keuangan, yaitu:

a. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas digunakan yang bertujuan untuk mengukur suatu kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya (Sujarweni, 2017: 60). Untuk mengetahui kemampuan perusahaan tersebut dengan menunjukkan dari besar kecilnya aktiva lancar yang dimiliki oleh perusahaan. Likuid yang artinya cepat, seberapa cepat perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Sedangkan menurut (Fahmi, 2017: 121) menguatkan bahwa rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu.

b. Rasio Solvabilitas

Rasio Solvabilitas atau Leverage merupakan suatu perhitungan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai oleh utang yang dimiliki (Fahmi, 2017: 127). Menurut Kasmir (2015: 113) menyatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan sebagai alat ukur seberapa besar aktiva yang dimiliki dibiayai oleh utang perusahaan.

Sedangkan Fred dan Forest (2016: 98) menyatakan rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur besar kecilnya aktiva yang dibiayai oleh utang. Sujarweni (2017: 61) menyatakan bahwa hutang yang dimaksud yaitu hutang jangka panjang dan hutang jangka pendeknya.

c. Rasio Aktivitas

Kasmir (2015: 113) menyatakan bahwa rasio aktivitas digunakan untuk mengukur efisiensi perusahaan untuk memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, seperti penjualan, persediaan dan lainnya untuk kegiatan sehari-hari. Menurut Fahmi (2017: 132) rasio aktivitas berguna untuk mengetahui sejauh mana perusahaan menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk menunjang aktivitasnya. Dengan menggunakannya secara maksimal dan efisien sehingga mendapatkan hasil yang maksimal pula.

Fred dan Forest (2016: 98) mengungkapkan penggunaan rasio ini membuat perusahaan mengetahui seberapa efektif perusahaan menggunakan sumber daya yang dimiliki. Dengan perusahaan mengetahui celah adanya aktivitas yang tidak efektif, dapat memaksimalkan sehingga meningkatkan kinerja, pendapatan dan menurunkan biaya perusahaan.

d. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas digunakan guna mengetahui besar kecilnya tingkat keuntungan perusahaan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan atau investasinya (Fahmi, 2017: 135). Demi keberlangsungan perusahaan yang panjang, perusahaan harus mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mencari atau mendapatkan keuntungan atau laba pada periode tertentu (Kasmir, 2015: 114).



e. Rasio Pertumbuhan

Rasio pertumbuhan diterapkan oleh perusahaan, jika perusahaan tersebut mengalami *Stagnant* dalam perkembangannya atau ingin mengetahui kekuatan perusahaan di dalam perekonomian yang selalu berkembang, karena menurut kasmir (2015: 114) tujuan dari rasio pertumbuhan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mempertahankan perekonomiannya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Menurut Fahmi (2017: 137) juga menyatakan rasio pertumbuhan berguna untuk mempertahankan posisi perusahaan di dalam industri atau perkembangan perekonomian secara umum.

f. Rasio Nilai Pasar

Rasio Nilai pasar digunakan untuk mengetahui suatu kondisi atau menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar (Fahmi, 2017: 138). Menurut Kasmir (2015: 115) mengatakan rasio penilaian itu memberikan suatu pengukuran kemampuan manajemen untuk menciptakan nilai pasar usahanya diatas biaya investasi.

## **2.4 Profitabilitas**

### **2.4.1 Definisi Rasio Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh setiap usaha kecil maupun besar. Dengan sumber daya yang dimiliki serta kegiatan operasional yang dilakukan yang diharapkan akan mendapatkan

perolehan laba yang telah direncanakan. Rasio Profitabilitas menurut Kasmir (2015: 144) adalah “Rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu.” Perolehan laba atau keuntungan yang diperoleh menurut Fahmi (2017: 135) berasal dari hubungannya dengan penjualan maupun investasi yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas sangat berguna untuk diterapkan oleh perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan.

#### **2.4.2 Tujuan Rasio Profitabilitas**

Kasmir (2016: 197) menyatakan terdapat beberapa tujuan dalam penerapan rasio profitabilitas, sebagai berikut:

- a. Bertujuan untuk mengukur keuntungan pada periode tertentu.
- b. Bertujuan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan.
- c. Bertujuan untuk menilai perkembangan laba yang diperoleh dari beberapa periode.
- d. Bertujuan untuk menilai besar kecilnya laba bersih setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri.
- e. Bertujuan untuk mengukur produktivitas operasional dana perusahaan dari modal pinjaman.
- f. Bertujuan untuk mengukur produktivitas operasional dana perusahaan dari modal sendiri.

- g. Serta tujuan lain sesuai yang diinginkan perusahaan.

### 2.4.3 Macam-macam Rasio Profitabilitas

Terdapat beberapa macam rasio profitabilitas yang memiliki tujuan berbeda-beda, menurut Fahmi yaitu:

- a. *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih)

*NPM* atau margin laba menurut Sujarweni (2017: 64) untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menggambarkan laba bersih setelah pajak kemudian dibandingkan dengan volume penjualan. Kasmir (2016: 200) mengatakan jika rasio *NPM* dapat menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan. Menurut Sujarweni (2017:65) *Net Profit Margin* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net profit margin (NPM)} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}}$$

- b. *Operating Income Ratio / Operating Profit Margin*

Digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menggambarkan hasil setiap penjualan dari laba operasi sebelum bunga dan pajak. Rasio ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{(\text{Penjualan Netto} - \text{HPP} - \text{Biaya Admin, Penjualan, Umum})}{\text{Penjualan Netto}}$$

c. *Gross Profit Margin* (Margin Laba Kotor)

Menurut Sujarweni (2017: 64) mengatakan bahwa tujuan untuk membandingkan antara penjualan bersih dikurangi dengan harga pokok penjualan dengan tingkat penjualan, sehingga dapat mengetahui laba kotor yang dapat dicapai dari jumlah penjualan. Sehingga menurut Sujarweni (2017: 64) membentuk rumus *Gross Profit Margin* sebagai berikut:

$$\text{Gross profit margin (GPM)} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan bersih}}$$

d. *Earning Power Of Total Investment (Rate Of Return On Total Assets / ROA)*

Menurut Sujarweni (2017: 65) *return on asset* dapat digunakan untuk mengukur suatu kemampuan perusahaan dari modal yang telah diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan netto atau bersih. Sehingga Sujarweni (2017: 65) menyebutkan rasio ini dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

*Earning Power of Total Investment (Rate of Return an Total Asset)*

$$= \frac{\text{Laba setelah bunga dan pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

e. Hasil Pengembalian Ekuitas / *Return On Equity*

Rasio ini bertujuan untuk mengukur suatu laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri (Kasmir, 2016: 204). Rasio ini mengkaji seberapa jauh entitas mempergunakan sumber daya yang dimiliki

untuk mampu memberikan laba atas ekuitas (Fahmi, 2017:137), sehingga semakin tinggi rasionya maka semakin baik. Menurut Kasmir (2016:204) rasio ini dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return an Total Equity} = \frac{\text{Earning After interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

## **2.5 Kinerja Lingkungan**

### **2.5.1 Definisi Kinerja Lingkungan**

Kinerja lingkungan menurut Suratno, dkk dalam Darma, dkk, (2019: 81) mengatakan kinerja lingkungan merupakan suatu kinerja yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang baik. Terjalannya hubungan yang baik antara kinerja lingkungan dan teori legitimasi akan mewujudkan suatu organisasi yang ramah serta peduli terhadap lingkungan. Hal ini berguna untuk meningkatkan legitimasi perusahaan dengan masyarakat. Almar, dkk dalam Damanik, dkk (2017: 648) berpendapat jika kinerja lingkungan merupakan suatu hubungan antara perusahaan dan lingkungan mengenai dampak yang ditimbulkan dari sumber daya yang digunakan, efek lingkungan dari proses organisasi, implikasi lingkungan atas produk dan jasa, pemulihan pemrosesan produk serta mematuhi peraturan lingkungan kinerja.

Kesimpulannya kinerja lingkungan dikeluarkan oleh perusahaan yang berusaha akan memberikan suatu hal yang lebih berupa tanggung jawab dan kepedulian terhadap lingkungan sekitar yang diakibatkan dengan operasional perusahaan.

### **2.5.2 Indikator Kinerja Lingkungan**

Penilaian kinerja lingkungan suatu perusahaan dilakukan oleh pihak ketiga, salah satunya yaitu pemerintah, sebagai pengatur dan penilaian terhadap perusahaan. Pada tahun 2002 Kementerian Lingkungan Hidup membuat sebuah program yang bernama PROPER atau Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengolahan Lingkungan Hidup yang berguna untuk mengukur tingkat ketaatan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku. Dasar hukum pelaksanaan PROPER terdapat pada Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor: 127/MENLH/2002 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengolahan Lingkungan.

Didalam penilaian atau pengukuran tingkat ketaatan perusahaan (data dari <https://proper.menlhk.go.id> diakses 20 November 2021) dengan menggunakan warna di dalamnya yang merupakan suatu bentuk komunikatif dalam penyampainnya, penilaiannya terbagi menjadi lima yaitu mulai dari yang terbaik, EMAS, HIJAU, BIRU, MERAH, sampai yang terburuk, HITAM. Dengan melakukan peringkat terhadap warna yang ada, perusahaan atau masyarakat dapat mengetahui tingkat penataan pengelolaan lingkungannya.

Dalam penilaian PROPER memperhatikan aspek seperti ketaatan terhadap pengendalian dalam pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, pengolahan limbah B3, AMDAL, potensi kerusakan lahan serta pencemaran laut. Hal tersebut bersifat wajib untuk dipenuhi.

## **2.6 *Corporate Social Responsibility***

### **2.6.1 Definisi *Corporate Social Responsibility***

*Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial telah ada pada tahun 1920-an sampai saat ini. CSR telah menjadi perbincangan yang sering terjadi di dunia usaha, CSR merupakan suatu komitmen yang dikeluarkan oleh perusahaan guna melaksanakan suatu kewajiban dalam tindakan kepedulian sosial dengan memperhatikan kepentingan *stakeholder* dan lingkungan sekitar dengan landasan hukum yang berlaku (Wahyudi & Azheri, 2011:36). Menurut Cheng dan Christiawan di dalam Saputra, dkk (2019: 28) mengatakan jika *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu tanggung jawab sosial terhadap suatu dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatan kepada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku atau tindakan secara transparan yang sejalan dengan pembangunan keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan CSR merupakan suatu tanggung jawab suatu perusahaan mengenai kepedulian kepada masyarakat dan lingkungan dengan melakukan pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang terdampak akibat dari kegiatan operasional perusahaan.

## 2.6.2 Pengaturan dan Pelaksanaan CSR di Indonesia

Didalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan di atur oleh pemerintah khususnya di Indonesia, menurut Saputra dkk (2019: 102) terdapat pengaturan dan pelaksanaan CSR yaitu:

### a. Pra UU No. 40 Tahun 2007

Sebelum diterpkannya UU ini, CSR di atur oleh UU No. 25 tentang Penanaman Modal, selain itu terdapat beberapa UU yang mengatur konsep CSR, seperti UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan

### b. UU NO. 40 Tahun 2007

Rancangan Undang-undang tentang Perseroan Terbatas yang diajukan masih belum mengandung pasal tentang kewajiban perusahaan dalam aspek sosial dan lingkungan. Terdapat desakan pada saat terjadi diskusi RUU karena terdapat banyak kerusakan yang ditimbulkan oleh industri pertambangan, serta banyak terjadi bencana lingkungan seperti lumpur lapindo. Namun dengan ditetapkannya peraturan CSR, terdapat pro dan kontra antara perusahaan dan pemerintah. Akhirnya UU tersebut di resmikan pada tanggal 16 Agustus 2007, yang melatar belakangi yaitu karena pada dasarnya karakter alamiah perusahaan adalah mencari keuntungan sebanyak mungkin tanpa memperdulikan kesejahteraan karyawan, masyarakat dan lingkungan alam.



Lako (2014:145) menyebutkan jika terdapat Peraturan Pemerintah (PP) nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP No. 47/2012). PP ini mengatur perseroan terbatas yang berkaitan dengan Sumber Daya Alam (SDA) untuk menyelenggarakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan. Program tersebut harus dilaporkan pada laporan tahunan perusahaan.

### **2.6.3 Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial**

Melalui praktek etis dunia usaha modern dewasa sedikitnya ruang lingkup CSR dapat dibedakan menjadi 4, yaitu:

- a. Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan masyarakat luas.

Dengan adanya keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial masyarakat diharapkan untuk ikut memikirkan kebaikan, kemajuan, dan kesejahteraan masyarakat dan mengatasi ketimpangan sosial yang ada, bukan sekedar berfokus pada kegiatan bisnis dan mencari keuntungan.

Bentuk keterlibatan perusahaan kepada kegiatan masyarakat dengan membentuk suatu mitra kerja serta melakukan pembinaan terhadap pengusaha-pengusaha, masyarakat dan koperasi

- b. Keuntungan ekonomis yang diperoleh perusahaan

Terdapat teori klasik yang diungkapkan oleh M. Friedman dalam Wahyudi dan Azheri (2011: 49) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah mendatangkan keuntungan sebesar-besarnya

bagi perusahaan. Namun di lihat dari segi optik bisnis modern sekarang saat ini sulit untuk memisahkan antara keuntungan ekonomis dengan keuntungan dari keterlibatannya. Dari fakta empiris menunjukkan perusahaan yang melakukan keterlibatannya dalam kegiatan sosial hal tersebut akan menunjang aktivitas usaha perusahaan

- c. Memenuhi aturan hukum yang berlaku, baik yang berkaitan dengan kegiatan dunia usaha maupun kehidupan sosial pada umumnya.
- d. Menghormati hak dan kepentingan *stakeholder* atau pihak terkait yang mempunyai kepentingan langsung maupun tidak langsung aktivitas perusahaan.

#### **2.6.4 Manfaat Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Menurut Lako (2014: 49) menyebutkan dengan perusahaan menerapkan CSR akan mendatangkan banyak keberkahan ekonomi, disisi lain citra, reputasi, nama baik, kinerja laba dan nilai perusahaan bakal bertumbuh secara berkelanjutan dalam jangka panjang.

Menurut *Business Social Responsibility* dalam Saputra dkk, (2019: 30) menyebutkan terdapat 8 manfaat dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu:

- a. *Reduce Operating Cost* (mengurangi Biaya Operasional)

Dengan perusahaan melakukan tanggung jawab sosial hal ini dapat mengurangi beban atau biaya operasional, contohnya dengan adanya jadwal kerja yang fleksibel dan program keselamatan kerja

berdampak dalam menurunnya absensinya para pekerja serta dapat menambah simpanan uang perusahaan berkat peningkatan produktivitas.

b. *Improved Financial Performance* (meningkatkan Kinerja Keuangan)

Terdapat hubungan antara tanggung jawab sosial dengan kinerja keuangan dapat dilihat melalui total return, sales growth dan profit growth yang lebih dari satu periode.

c. *Enhanced Brand Image and Reputation* (meningkatkan Citra Produk dan Reputasi)

Dengan perusahaan menerapkan tanggung jawab sosial program tersebut dapat membuat citra atau image perusahaan menjadi semakin baik dimata public.

d. *Increased Sales and Customer Loyalty* (Meningkatkan Penjualan dan Kesetiaan Konsumen)

Perusahaan dalam menciptakan produknya memperhatikan kebutuhan konsumen dan masyarakat serta ditunjang dengan adanya pelaksanaan tanggung jawab sosial akan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat.

e. *Increased Productivity and Quality* (Meningkatkan Produktivitas dan Kualitas)

Dengan diterapkannya tanggung jawab sosial perusahaan berusaha untuk mengurangi dampak kepada lingkungan yang dapat memproduktivitaskan dan mengurangi kesalahan kinerja.

- f. *Increased Ability to Attract and Retain Employees* (Meningkatkan Kemampuan untuk memperkerjakan dan mengupah pekerja)

Dengan diterapkannya tanggung jawab sosial, hal ini dapat memudahkan perusahaan dalam merekrut dan mengupah pekerja sehingga dapat menurunkan biaya perekrutan dan pelatihan pekerja.

- g. *Reduce Regulatory Oversight* (Mengurangi penyimpangan tindakan dari undang-undang)

Pemerintah telah mengatur dan meresmikan pembentukan program CSR, dengan begitu pemerintah memberikan penghargaan untuk perusahaan yang baik dalam mengelolah lingkungannya.

- h. *Access to Capital* (Cara mendapatkan modal)

Tanggung jawab sosial dapat memberikan modal tambahan untuk perusahaan dari segi investasi.

Selain itu menurut Lako (2011: 23) menyatakan terdapat beberapa manfaat yang diterima oleh perusahaan, pemegang saham, dan semua *stakeholder*, yaitu:

- a. Sebagai investasi atau modal sosial yang pada suatu masa menjadi sumber keunggulan yang kompetitif bagi perusahaan.
- b. Memperkokoh profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan.
- c. Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi yang positif dari komunitas seperti investor, kreditor, pemasok, serta konsumen.
- d. Meningkatkan komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktivitas pekerja.

- e. Membantu untuk menurunkan tingkat kerentanan gejala sosial dan resistensi dari masyarakat.
- f. Berguna untuk meningkatkan reputasi, *goodwill*, *brand* dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

### 2.6.5 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan suatu tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat secara internal atau eksternal perusahaan, hal ini dilakukan untuk memperoleh manfaat-manfaat yang akan diterima jika perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Indriyani dan Yulandari (2020: 1561) menyatakan pengungkapan CSR merupakan bentuk komunikasi antara perusahaan dan masyarakat terkait kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Pelaporan tanggung jawab sosial berada di laporan keberlanjutan dengan menggunakan standar *Global Reporting Initiative* (GRI).

Standar GRI atau *Global Reporting Initiative* digunakan oleh perusahaan yang bertujuan untuk melaporkan mengenai dampak-dampak yang mereka lakukan kepada perekonomian, lingkungan dan masyarakat ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)). Dengan menggunakan indikator pada GRI, dapat mengukur variabel CSR dengan proksi *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI). Adapun rumus yang akan digunakan dalam perhitungan CSRDI adalah :  $CSRDI_i = \frac{\sum X_{y1}}{n_i}$

Keterangan :

$CSRI_i$  = Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkup perusahaan i.

$X_{yi}$  = *Dummy variabel*, nilai 1 jika item y diungkapkan; nilai 0 jika item y tidak diungkapkan.

$n_i$  = jumlah item untuk perusahaan i.

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai upaya yang dilakukan oleh peneliti dalam mencari perbandingan dan untuk menemukan suatu inspirasi dalam penelitiannya. Adapun terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu terkait tema yang sama yaitu CSR yang dapat dijadikan acuan atau pedoman, dapat dilihat di dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Tahun Terbit Jurnal	Judul dan Sumber Jurnal	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Gusti Ayu Dyah Indraswari dan Ida Bagus Putra Astika (2015)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan CSR  Sumber dari E-Jurnal Akuntansi Universitas	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham public pada pengungkapan CSR	Hasil penelitian ini adalah variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif, sedangkan kepemilikan saham public berpengaruh negative pada pengungkapan CSR perusahaan

No	Nama dan Tahun Terbit Jurnal	Judul dan Sumber Jurnal	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
		Udayana. ISSN: 2302-8556		
2	Ai desi indriyani dan Willy sri yuliantari (2020)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Coporate Social Responsibility</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Indeks LQ 45 Non-Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018)  Sumber dari Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi. ISSN: 2460-030X	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan umur perusahaan secara simultan dan parsial pada perusahaan indeks LQ 45 Non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018	Hasil penelitian ini adalah secara parsial profitabilitas berpengaruh positif sedangkan ukuran perusahaan dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dalam penelitian ini pengaruh yang dominan adalah profitabilitas dengan indikator ROA.
3	Mirza Nurdin Nugroho dan Agung Yulianto (2015)	Pengaruh profitabilitas dan mekanisme corporate governance terhadap pengungkapan CSR perusahaan terdaftar JII 2011-2013  Sumber dari <i>Accounting Analysis Journal</i> . ISSN: 2252-6765	Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris pengaruh profitabilitas dan mekanisme <i>corporate governance</i> (kepemilikan institusional, kepemilikan asing, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen dan	Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan profitabilitas, kepemilikan asing, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen dan ukuran komite audit tidak berpengaruh terhadap

No	Nama dan Tahun Terbit Jurnal	Judul dan Sumber Jurnal	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
			ukuran komite audit) terhadap pengungkapan CSR.	pengungkapan CSR.
4	Sari Wulandari dan Hanifa Zulhaimi (2017)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Manufaktur Dan Jasa Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia  Sumber dari Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan. ISSN: 1477-1488	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI. Profitabilitas diukur dengan ROI, dan corporate social responsibility diukur dengan biaya corporate social responsibility.	Berdasarkan hasil analisis regresi data panel dengan model random effect dengan menggunakan aplikasi Eviews 8 maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh profitabilitas terhadap corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI.
5	Bima Dwi Darma, Fefri Indra Arza dan Halmawati (2019)	Pengaruh Pengungkapan Media, Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017)	Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh terpaan media, kinerja lingkungan, dan kepemilikan asing terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Eksposur Media berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial



No	Nama dan Tahun Terbit Jurnal	Judul dan Sumber Jurnal	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
		Sumber dari Jurnal Eksplorasi Akuntansi. ISSN 2656-3649		perusahaan
6	I Gst. Agung Bagus Adhi Damanik dan I Ketut Yadnyana (2017)	<p>Pengaruh Kinerja Lingkungan Pada Kinerja Keuangan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening</p> <p>Sumber dari E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. ISSN: 2302-8556</p>	Tujuan dari penelitian ini yaitu melihat pengaruh kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan dengan CSR sebagai variabel intervening.	<p>Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan kinerja lingkungan berpengaruh positif pada pengungkapan corporate social responsibility. Kinerja lingkungan dan pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh positif pada kinerja keuangan. Kinerja lingkungan secara signifikan berpengaruh positif pada kinerja keuangan melalui pengungkapan corporate social responsibility. Hal ini menunjukkan pengungkapan corporate social responsibility mampu memediasi hubungan antara kinerja lingkungan dengan kinerja keuangan.</p>

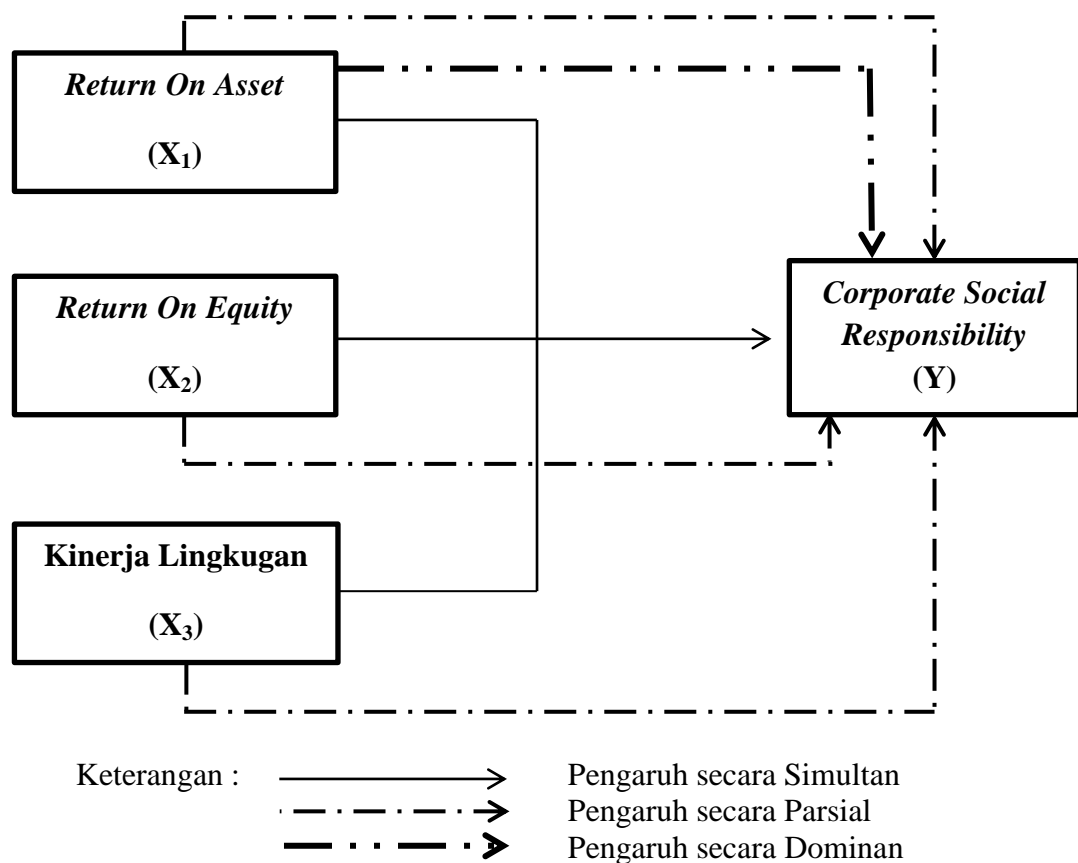
Sumber : Data diolah, 2021

## 2.8 Kerangka Berfikir dan Hipotesis Penelitian

### 2.8.1 Kerangka Berfikir

Menurut Sekaran di dalam Sugiyono (2016: 60) menyatakan “kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”.

Adapun kerangka berpikir yang dibangun oleh peneliti sesuai dengan teori diatas adalah sebagai berikut:



Gambar 1: Kerangka berpikir.

Sumber : Diolah dari kajian pustaka penelitian.

Berdasarkan kerangka berfikir yang dibangun oleh peneliti diatas, maka dapat di jelaskan pengaruh antara variabel yang di tetapkan sebagai berikut:

a. Pengaruh secara simultan

Di dalam penelitian ini, peneliti mencari pengaruh secara simultan antara ROA, ROE dan Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan CSR. Hasil dari pengaruh secara simultan ini tergambar dengan melakukan Uji F. Didalam pengujian tersebut pengujian dapat dikatakan signifikan atau ada pengaruh jika F hitung  $> F$  tabel dan nilai probabilitas (Sig. F)  $< \alpha$  (0,05). Artinya, antara variabel bebas yang telah ditentukan, memiliki pengaruh terhadap variabel terikat yaitu pengungkapan CSR. Seperti pada penelitian terdahulu yang di lakukan Indriyani dan Yuliandhari (2020: 1566) menghasilkan adanya pengaruh secara simultan dengan diperoleh nilai *probability*  $0,000489 < 0,05$ . Tidak sejalan dengan penelitian Nugroho dan Agung (2015: 9) diketahui nilai signifikansi 0.222 diatas taraf signifikansi 0.05 yang menunjukkan tidak adanya pengaruh antara profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.

b. Pengaruh secara parsial

Menurut kerangka berfikir, peneliti mencari pengaruh secara parsial antara satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui gambaran pengaruh setiap variabel terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan Uji T. Pada penelitian

terdahulu yang dilakukan oleh Indrayani dan Yuliandari (2020: 1566) dengan profitabilitas sebagai variabel bebasnya terhadap pengungkapan CSR diperoleh nilai sebesar  $0,0000 < 0,5$ . artinya profitabilitas terdapat pengaruh positif secara parsial terhadap pengungkapan CSR. Menurut Darma, dkk (2019, 85) memiliki dengan nilai sig ( $0,646 > (0,05)$ ) dengan pengujian antara kinerja lingkungan terhadap pengungkapan CSR, yang artinya kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

c. Pengaruh secara dominan

Pengujian terhadap variabel secara dominan ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas yang telah ditentukan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini peneliti menguji pengaruh secara dominan antara ROA terhadap pengungkapan CSR

### **2.8.2 Hipotesis Penelitian**

Indrianto dan Supomo (2014: 73) menyatakan bahwa hipotesis penelitian itu menyatakan hubungan yang diduga dengan secara logis antara variabel-variabel dalam rumusan proposisi yang dapat diuji secara empiris. Menurut Sekaran dan Bougie (2017:94) mengatakan bahwa hipotesis merupakan pernyataan sementara, namun dapat diuji. Kesimpulannya hasil dari hipotesis ini bersifat sementara atau jawaban sementara yang masih dilakukan pembuktian kebenarannya terkait

pemaparan teori dan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini ditetapkan hipotesis sebagai berikut:

H.1 : Terdapat pengaruh secara simultan antara *Return On Asset*, *Return On Equity* dan Kinerja Lingkungan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

H.2 : Terdapat pengaruh secara parsial antara *Return On Asset*, *Return On Equity* dan Kinerja Lingkungan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

H.3 : Terdapat *Return On Asset* memiliki pengaruh secara dominan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Indraswari dan Astika (2015: 298) yang mengatakan bahwa *Return On Asset* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.