

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori ini menjelaskan tentang hubungan sosial organisasi dengan hubungan masyarakat. Pentingnya hubungan ini sangat mempengaruhi keberlangsungan organisasi, kelangsungan hidup perusahaan akan terancam jika melanggar hal ini. Dimana jika masyarakat merasa tidak puas dengan operasi organisasi secara sah (*legitimate*) maka masyarakat dapat mencabut kontrak sosial dalam operasi organisasi (Deegan, 2002). Batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma serta nilai-nilai sosial mendorong organisasi untuk memperhatikan lingkungan.

Teori legitimasi menekankan bahwa perusahaan bukan hanya memperhatikan hak-hak investor tetapi juga menekankan kepada hak publik. Hal ini dikarenakan perusahaan beroperasi menggunakan sumber ekonomi yang berasal dari lingkungan perusahaan itu tumbuh. Teori legitimasi menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan berada.

Dengan menunjukkan kinerja perusahaan yang sesuai dengan nilai sosial maka legitimasi akan diterima. Ada dua aktivitas perusahaan dapat dinilai melalui

dua dimensi, yaitu aktivitas (kinerja) perusahaan yang sesuai dengan nilai sosial dan pengungkapan apa yang telah dilakukan perusahaan yang sesuai dengan nilai sosial. Teori legitimasi menyatakan kinerja lingkungan yang lemah meningkatkan ancaman legitimasi sosial perusahaan sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan dalam laporan tahunan. Perbedaan antara nilai perusahaan dan nilai masyarakat dinamakan “*legitimacy gap*” (Downling dan Preffer dalam Gozali dan Chariri, 2007).

### 2.1.2 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Rahman(2011:7), pengertian CSR mengacu kepada, “Semua upaya untuk membuat perusahaan bertindak secara bertanggung jawab secara sukarela (*voluntary*) karena pertimbangan etika dan sosial.” Sedangkan menurut Rahman (2011:7) *Corporate Social Responsibility* dapat didefinisikan sebagai:

Suatu upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan agar mencapai tujuan yang berkelanjutan dan CSR merupakan sesuatu yang perlu dilakukan, seandainya tidak akan berakibat tidak baik pada perusahaan itu sendiri.

Pada dasarnya kegiatan CSR sangat beragam bergantung pada proses interaksi sosial, bersifat sukarela didasarkan pada dorongan dan moral etika ,dan biasanya melebihi dari hanya sekedar kewajiban memenuhi peraturan perundang-undangan. (Adrian Sutedi, 2015:8). Menurut (Edi Suharto, 2009) CSR adalah Kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (profit) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan professional.

Dari beberapa pengertian di atas dapat dikatakan bahwa tanggung jawab sosial adalah suatu bentuk pertanggungjawaban yang seharusnya dilakukan perusahaan, atas dampak positif maupun dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya. Selain melakukan aktivitas yang berorientasi pada laba, perusahaan perlu melakukan aktivitas lain, misalnya aktivitas untuk menyediakan lingkungan kerja yang aman bagi karyawannya, menjamin bahwa proses produksinya tidak mencemarkan lingkungan sekitar perusahaan, menghasilkan produk yang aman bagi para konsumen, dan menjaga lingkungan eksternal untuk mewujudkan kepedulian sosial perusahaan.

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

Menurut Grey dan Owen (1987:4) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah :

Proses memberikan informasi yang dirancang untuk debit akuntabilitas sosial yang dilakukan oleh organisasi yang menjalankan tanggung jawab sosial termasuk pengungkapannya dalam laporan keuangan sebagai publikasi khusus atau bahkan sebagai iklan yang berorientasi sosial. Perwujudan CSR dipandang sebagai cara manajemen berinteraksi dengan masyarakat luas untuk mempengaruhi persepsi eksternal tentang organisasi mereka.

Darrough (1993) dalam Binsar H. Simanjuntak dan Lusy Widiastuti (2004) mengemukakan ada dua jenis pengungkapan dalam hubungannya dengan persyaratan yang ditetapkan standar, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) adalah pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh lembaga yang berwenang (Pajak, Undang-Undang, SAK, maupun BAPEPAM). Jika perusahaan tidak bersedia untuk mengungkapkan informasi

secara sukarela, pengungkapan wajib akan memaksa perusahaan untuk mengungkapkannya. Sedangkan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) adalah pengungkapan butir-butir yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan, mencakup lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum (Hackson dan Milne 1996 dalam Sembiring 2003).

Pengungkapan CSR merupakan bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial yang mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholder*. Menurut Guthrie dan Parker (1990) sebagaimana dikutip oleh Sayekti dan Ludovicus (2007), pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomis dan politis. Selain itu juga, akuntansi pertanggungjawaban sosial dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana organisasi atau perusahaan memberikan kontribusi positif maupun negatif terhadap kualitas hidup manusia dan lingkungannya.

Dalam penelitian ini *Return on Assets* (ROA) dijadikan sebagai alat ukur dalam variabel profitabilitas, hal ini didukung oleh Munawir, (2002,89) sebagai berikut:

ROA mengukur efektivitas perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang akan digunakan untuk operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Semakin besar nilai ROA berarti suatu perusahaan mempunyai kinerja yang bagus dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian total aktiva yang dimiliki.

Dari pernyataan diatas dapat dikatakan bahwa ROA sangat penting bagi perusahaan dalam mengukur sejauhmana efektivitas perusahaan dalam keseluruhan dana terhadap operasi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

Selanjutnya Sunariyah (2004) menyatakan bahwa ,“Apabila perusahaan diperkirakan mempunyai prospek yang akan datang, nilai saham menjadi tinggi.” Jadi dengan ROA, kita dapat mengukur seberapa besar pengaruh pengungkapan CSR dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan dengan cara mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

#### **2.1.4 Fungsi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Perusahaan**

Menurut Darwin (2006:95) ,fungsi CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah untuk:

Melaksanakan tugas dan tanggungjawab sosialnya dan lingkungan perusahaan, Sehingga program-program CSR yang dibuat adalah kegiatan yang baik disusun berdasarkan rencana kerja selama kurun waktu tertentu maupun proposal/surat penawaran kerja sama yang sesuai dengan program kerja dan telah disetujui pimpinan.

Penerima program CSR adalah pihak yang menikmati atau menerima program-program CSR. Oleh karena itu, yang bisa menjadi calon penerima bantuan dari program CSR adalah masyarakat /instansi/lembaga dll yang mengajukan rencana kerja (proposal) dan memenuhi kriteria sesuai dengan ketentuan yang berlaku, dan telah melalui proses seleksi (evaluasi) oleh fungsi CSR. Proposal disini didefinisikan sebagai permohonan kerjasama atau bantuan

yang diajukan oleh pemohon (masyarakat/lembaga/instansi dll) kepada perusahaan.

### **2.1.5 Manfaat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Perusahaan**

Menurut Ripkin Soekamti (2010:25) banyak sekali manfaat dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* bagi Perusahaan ,diantaranya adalah:

1. Layak Mendapatkan *social licence to operate*
2. Mereduksi Resiko Bisnis Perusahaan
- 3 . Melebarkan Akses Sumber Daya
4. Membentangkan Akses Menuju Market
5. Mereduksi Biaya
6. Memperbaiki Hubungan dengan *Stakeholder*
7. Memperbaiki Hubungan dengan *Regulator*
8. Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan
9. Peluang mendapatkan Penghargaan.

Selanjutnya diuraikan dibawah ini:

1. Layak Mendapatkan *social licence to operate*

Masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan keuntungan dari perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan. Sehingga imbalan yang diberika kepada perusahaan adalah keleluasaan untuk menjalankan roda bisnisnya di kawasan tersebut.

2. Mereduksi Resiko Bisnis Perusahaan

Mengelola resiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha. Disharmoni dengan

stakeholders akan mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Bila sudah terjadi permasalahan, maka biaya untuk recovery akan jauh lebih berlipat bila dibandingkan dengan anggaran untuk melakukan program *Corporate Social Responsibility*. Oleh karena itu, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan stakeholders perlu mendapat perhatian.

3. Melebarkan Akses Sumber Daya

Track records yang baik dalam pengelolaan *Corporate Social Responsibility* merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

4. Membentangkan Akses Menuju Market

Investasi yang ditanamkan untuk program *Corporate Social Responsibility* ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang yang lebih besar. Termasuk di dalamnya memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

5. Mereduksi Biaya

Banyak contoh penghematan biaya yang dapat dilakukan dengan melakukan *Corporate Social Responsibility*. Misalnya: dengan mendaur ulang limbah pabrik ke dalam proses produksi. Selain dapat menghemat

biaya produksi, juga membantu agar limbah buangan ini menjadi lebih aman bagi lingkungan.

6. Memperbaiki Hubungan dengan Stakeholder

Implementasi *Corporate Social Responsibility* akan membantu menambah frekuensi komunikasi dengan stakeholder, dimana komunikasi ini akan semakin menambah trust stakeholders kepada perusahaan.

7. Memperbaiki Hubungan dengan Regulator

Perusahaan yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility* umumnya akan meringankan beban pemerintah sebagai regulator yang sebenarnya bertanggung jawab terhadap kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.

8. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan

Image perusahaan yang baik di mata stakeholders dan kontribusi positif yang diberikan perusahaan kepada masyarakat serta lingkungan, akan menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi karyawan yang bekerja dalam perusahaan mereka sehingga meningkatkan motivasi kerja mereka.

9. Peluang Mendapatkan Penghargaan

Banyaknya penghargaan atau reward yang diberikan kepada pelaku *Corporate Social Responsibility* sekarang, akan menambah kans bagi perusahaan untuk mendapatkan award.



Satyo (Media Akuntansi, Edisi 47/Tahun XII/Juli 2005) menyatakan juga bahwa penyajian laporan berkaitan aktivitas sosial dan lingkungan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan antara lain meningkatkan citra perusahaan, disukai konsumen, dan diminati investor. Bukti bahwa partisipasi dalam tanggung jawab sosial mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang. Dan Satyo juga mengungkapkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* ini dapat juga digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat.

#### **2.1.6 Komponen Dasar *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Menurut Hasibuan, C. Sedyono (2006) dalam Resturiyani (2012) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu: "*People, profit, dan planet.*" Ketiga komponen inilah yang saat ini sering dijadikan dasar perencanaan, pengungkapan dan evaluasi (pelaporan) program-program *Corporate Social Responsibility* yang kemudian dikenal sebagai *triple bottom line*.

*Triple bottom line* merupakan sinergi dari tiga elemen yang merupakan komponen dasar dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan pendapat di atas, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu tidak hanya aspek ekonomi, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya (Hasibuan, C. Sedyono 2006 dalam Resturiyani 2012). Dan dibawah ini disajikan tabel 2.1 tentang komponen-komponen *the triple bottom line of corporate social responsibility*:

Tabel 2.1  
*The Triple Bottom Line of Corporate Social Responsibility*

<b>The Tripple Bottom Line</b>	<b>People</b>	<b>Profit</b>	<b>Planet</b>
<b>Definisi</b>	Sebuah bisnis harus bertanggungjawab untuk memajukan dan mensejahterakan sosial serta seluruh stakeholdernya.	Perusahaan tidak boleh hanya memiliki keuntungan bagi organisasinya saja tetapi harus dapat memberi kemajuan ekonomi bagi para stakeholdernya.	Perusahaan harus dapat menggunakan sumber daya alam dengan sangat bertanggungjawab dan menjaga keadaan lingkungan serta memperkecil jumlah limbah produksi.
<b>Jenis Kegiatan</b>	Kegiatan yang dilakukan secara tulus untuk membangun masyarakat dan sumber daya manusia.	Tindakan perusahaan untuk terjun langsung di dalam masyarakat untuk memperkuat ketahanan ekonomi.	Penerapan proses produksi yang bersih, aman dan bertanggungjawab.
<b>Contoh</b>	-Beasiswa Pendidikan -Pelayanan Kesehatan	-Pembinaan UKM -Bantuan modal dan kredit -Pemberdayaan tenaga lokal	-Pengelolaan limbah -Penanaman pohon -Kampanye lingkungan hidup

Sumber: Resturiyani (2012)

Di atas dijelaskan bahwa *the triple bottom line of corporate social responsibility* memiliki 3 unsur yaitu :People, Profit dan Planet serta penjelasan dari masing-masing unsur tersebut. dan dimana unsur-unsur ini mempunyai hal yang penting dalam perusahaan untuk menjalankan pengungkapan *corporate social responsibility* yang mempunyai manfaat baik dalam meningkatkan citra perusahaan didepan masyarakat sekitar.

### 2.1.7 Indikator Corporate Social Responsibility (CSR)

Indikator pengungkapan CSR yang dipakai dalam penelitian ini mengaju pada penelitian Sembiring (2005). Selanjutnya Sembiring (2005) telah memodifikasi bentuk pengungkapan sosial Hendriksen dan Milne (1996) agar sesuai dengan kondisi di Indonesia. Menurut Sembiring (2005) indikator CSR yang akan digunakan:

1. Lingkungan
2. Energi
3. Tenaga Kerja
4. Produk
5. Keterlibatan Masyarakat
6. Umum

Lebih lengkapnya akan di satukan di dalam tabel 2.2 :

**Tabel 2.2**  
**Indikator Corporate Social Responsibility (CSR)**

<b>LINGKUNGAN</b>	
1	Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset & pengembangan untuk pengurangan polusi
2	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi
3	Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi

4	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya, reklamasi daratan atau reboisasi
5	Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas
6	Penggunaan material daur ulang
7	Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan
8	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan
9	Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
10	Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah
11	Pengolahan limbah
12	Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan
13	Perlindungan lingkungan hidup
<b>ENERGI</b>	
1	Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi
2	Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi
3	Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang
4	Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi
5	Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk
6	Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk
7	Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan
<b>TENAGA KERJA</b>	
1	Mengurangi polusi, iritasi, atau risik dalam lingkungan kerja
2	Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental
3	Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja
4	Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja
5	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja
6	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja
7	Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja
8	Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja
9	Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat
10	Mengungkapkan persentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat manajerial
11	Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan
12	Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat

13	Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja
14	Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
15	Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja
16	Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan
17	Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan
18	Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi
19	Mengungkapkan presentase gaji untuk pensiun
20	Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan
21	Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan
22	Mengungkapkan tingkatan managerial yang ada
23	Mengungkapkan disposisi staff – dimana staff ditempatkan
24	Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka
25	Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misalnya penjualan per tenaga kerja
26	Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut
27	Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja
28	Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain
29	Mengungkapkan informasi hub manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan & motivasi kerja
30	Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja & masa depan perusahaan
31	Membuat laporan tenaga kerja yg terpisah
32	Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh
33	Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja
34	Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan
35	Peningkatan kondisi kerja secara umum
36	Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja
37	Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja
<b>PRODUK</b>	
1	Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya
2	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk
3	Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk
4	Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan
5	Membuat produk lebih aman untuk konsumen
6	Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan
7	Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk

8	Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan
9	Pengungkapan informasi mutu produk yg dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
10	Informasi yg dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misalnya ISO 9001)
<b>KETERLIBATAN MASYARAKAT</b>	
1	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan & seni
2	Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/pelajar
3	Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat
4	Membantu riset medis
5	Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni
6	Membiayai program beasiswa
7	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat
8	Sebagai sponsor kampanye nasional
9	Mendukung pengembangan industri lokal
<b>UMUM</b>	
1	Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.
2	Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas.

Sumber: Sembiring,2005.

Selain itu, Index GRI 2006 (*Global Reporting Initiative*) merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia.

Tiga fokus pengungkapan GRI 2006, antara lain:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*), terdiri dari 9 item
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*), 30 item

### 3. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*) 40 item, terdiri

dari:

- A. Tenaga Kerja (*labor practices and decent work*)
- B. Hak Asasi Manusia (*human rights performance*)
- C. Sosial (*Society*)
- D. Tanggung jawab Produk (*product responsibility performance*)

Dibawah ini disajikan dalam bentuk tabel:

**Tabel 2.3**  
**Pengungkapan GRI 2006 dengan Indikator Kinerja Ekonomi**

ASPEK		
Kinerja Ekonomi	Kehadiran Pasar	Dampak Ekonomi Tak Langsung
EC1 Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.	EC5 Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.	EC8 Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau pro bono
EC2 Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.	EC6 Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.	EC9 Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.
EC3 Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.	EC7 Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan	
EC4 Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.		

Sumber: Saktita Sandy(2010).

**Tabel 2.4**  
**Pengungkapan GRI 2006 dengan Indikator Kinerja Lingkungan**  
**ASPEK**

Material	Energi	Air	Biodiversitas
EN1 Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.	EN3 Penggunaan Energi Langsung dari Sumberdaya Energi Primer.	EN8 Total pengambilan air per sumber.	EN11 Lokasi dan Ukuran Tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang diproteksi (dilindung)/daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi.
EN2 Persentase Penggunaan Bahan Daur Ulang.	EN4 Pemakaian Energi Tidak Langsung berdasarkan Sumber Primer.	EN9 Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.	EN12 Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas, produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang diproteksi (dilindungi) dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang diproteksi (dilindungi).
	EN5 Penghematan Energi melalui Konservasi dan Peningkatan Efisiensi.	EN10 Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang Aspek Biodiversitas (Keanekaragaman	EN13 Perlindungan dan Pemulihan Habitat.



		Hayati).	
	EN6 Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbarui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut.		EN14 Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.
			EN15 Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk dalam Daftar Merah IUCN (IUCN Red List Species) dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah-daerah yang terkena dampak operasi.

Sumber: Saktita Sandy(2010).

**Tabel 2.5**  
**Pengungkapan GRI 2006 dengan Indikator Kinerja Lingkungan**

ASPEK				
Emisi, Efluen dan Limbah	Produk dan Jasa	Kepatuhan	Pengangkutan/ Transportasi	Menyeluruh
EN16 Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.	EN26 Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.	EN28 Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.	EN29 Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.	EN30 Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan menurut jenis.
EN17 Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat.	EN27 Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut			
EN18 Inisiatif untuk				

mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya.	kategori.			
EN19 Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (ozone-depleting substances/ODS) diperinci berdasarkan berat.				
EN20 NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan jenis dan berat.				
EN21 Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan.				
EN22 Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan.				
EN23 Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan.				
EN24 Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut Lampiran Konvensi Basel I, II, III dan VIII, dan persentase limbah yang diangkut secara internasional.				
EN25 Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor.				

Sumber: Saktita Sandy(2010).

**Tabel 2.6**  
**Pengungkapan GRI 2006 dengan Indikator Kinerja Sosial**  
**Tenaga Kerja**

ASPEK				
Pekerjaan	Tenaga Kerja/Hubungan Manajemen	Kesehatan dan Keselamatan Jabatan	Pelatihan dan Pendidikan	Keberagaman dan Kesempatan Setara
LA1 Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.	LA4 Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.	LA6 Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.	LA10 Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.	LA13 Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karya-wan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.
LA2 Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.	LA5 Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.	LA7 Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.	LA11 Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menjangka kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.	LA14 Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.
LA3 Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu)		LA8 Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota	LA12 Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.	

menurut kegiatan pokoknya.		masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.		
		LA9 Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.		

Sumber: Saktita Sandy(2010).

**Tabel 2.7**  
**Pengungkapan GRI 2006 dengan Indikator Kinerja Sosial**  
**Hak Asasi Manusia**

ASPEK						
Praktek Investasi dan Pengadaan	Nondiskriminasi	: Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul	Pekerja Anak	Kerja Paksa dan Kerja Wajib	Praktek/Tindakan Pengamanan	Hak Penduduk Asli
HR1 Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/ filtrasi terkait dengan aspek	HR4 Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan. Aspek: Kebebasan Berserikat dan	HR5 Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diteridentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut	HR6 Kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang	HR7 Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau	HR8 Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM	HR9 Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.

hak asasi manusia	Berunding Bersama Berkumpul .		diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.	kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.	yang relevan dengan kegiatan organisasi.	
HR2 Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/ filtrasi atas aspek HAM.						
HR3 Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.						

Sumber: Saktita Sandy(2010).

**Tabel 2.8**  
**Pengungkapan GRI 2006 dengan Indikator Kinerja Sosial**  
**Masyarakat/Sosial**

<b>ASPEK</b>				
Komunitas	Korupsi	Kebijakan Publik	Kelakuan tidak bersaing	Kepatuhan
S01 Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.	S02 Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.	S05 Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.	S07 Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.	S08 Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.
	S03 Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.	S06 Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.		
	S04 Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.			

Sumber: Saktita Sandy(2010).

**Tabel 2.9**  
**Pengungkapan GRI 2006 dengan Indikator Kinerja Sosial**  
**Tanggung Jawab Produk**

<b>ASPEK</b>				
<b>Kesehatan dan Keamanan Pelanggan</b>	<b>Pemasangan label bagi produk dan jasa</b>	<b>Komunikasi Pemasaran</b>	<b>Keleluasaan Pribadi (privacy) Pelanggan</b>	<b>Kepatuhan</b>
PR1 Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut.	PR3 Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.	PR6 Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan voluntary codes yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship.	PR8 Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (privacy) pelanggan dan hilangnya data pelanggan.	PR9 Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.
PR2 Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.	PR4 Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.	PR7 Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.		
	PR5 Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.			

Sumber: Saktita Sandy(2010).

Pada dasarnya indikator *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan indikator GRI 2006 memiliki unsur yang sama, yaitu lingkungan, tenaga kerja, produk dan masyarakat.

### 2.1.8 Ukuran Perusahaan

Menurut Sawir (2004:102) ukuran perusahaan adalah

Suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, log size, harga pasar saham dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi menjadi 3 kategori yang didasarkan kepada total asset perusahaan yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*).

Sedangkan menurut Vintila et al. (2013), ukuran perusahaan adalah “Ukuran citra perusahaan dan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan.” Begitu pula dengan sudarmadji dan sularto (2007) yang mengatakan bahwa “Ukuran perusahaan (*firm size*) menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva”. Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan.

Menurut Machfoedz, (1994), “Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung resiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Perusahaan besar memiliki resiko yang lebih rendah dari pada perusahaan kecil.” Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi. Selain itu perusahaan-perusahaan besar



mempunyai lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber informasi eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil. Selain itu ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor.

Menurut Undang-undang No.9 Tahun 1995 tentang usaha kecil menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki hasil penjualan tahunan menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000.000,- (satu milyar rupiah) digolongkan ke dalam kelompok usaha kecil. Dengan adanya ketentuan ini, maka dapat dinyatakan bahwa perusahaan yang memiliki hasil penjualan tahunan di atas Rp.1.000.000.000.000,- (satu milyar rupiah) dapat dikelompokkan ke dalam industry menengah dan besar.

Selain itu, ukuran perusahaan yang didasarkan pada total assets yang dimiliki oleh perusahaan diatur dengan ketentuan BAPEPAM No. 11/PM/1997, yang menyatakan bahwa :“Perusahaan menengah atau kecil adalah perusahaan yang memiliki jumlah karyawan (*total assets*) tidak lebih dari 100 milyar rupiah”.

Lebih lanjut, Vintila et al. (2013) menjelaskan bahwa total asset dipilih sebagai proksi dari variable ukuran perusahaan karena lebih stabil dan representative dalam menunjukkan ukuran perusahaan disbanding kapitalisasi pasar yang sangat dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran. Aset menunjukkan aktiva yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan.

Perusahaan yang lebih besar akan dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan (parasetyorini, 2013).

Perusahaan besar kecenderungan penggunaan dana eksternal juga akan semakin besar. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar memiliki kebutuhan dana yang besar dan salah satu alternatif pemenuhan dana yang tersedia menggunakan pendanaan eksternal. Perusahaan yang memiliki banyak aset akan dapat meningkatkan kapasitas produksi yang berpotensi untuk menghasilkan laba lebih baik. Total aset dijadikan sebagai indikator ukuran perusahaan karena sifatnya jangka panjang dibandingkan dengan penjualan.

Menurut Sisca Christianty Dewi (2008) dalam penelitiannya, Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural dari total aktiva digunakan rumus :  
$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Logaritme natural Total Aset.}$$

### **2.1.9 Profitabilitas**

Menurut Pearch Robinson (2007:89), “Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan, profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu.”

Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan, serta memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan (Kasmir, 2012:196). Sedangkan menurut Pribadi (2007:258), profitabilitas adalah kemampuan menghasilkan laba.

Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain, profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mencapai laba. Profit merupakan hasil kebijakan manajemen, maka kinerja perusahaan dapat diukur dengan profit. Adapun kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba disebut profitabilitas. Di bawah ini, pengertian profitabilitas menurut beberapa ahli : Menurut Bringham dan Houston (2009), Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Pada intinya profitabilitas suatu perusahaan merupakan gambaran yang mengukur seberapa mampu perusahaan menghasilkan laba dari proses operasional yang telah dilaksanakan untuk menjamin kelangsungan perusahaan di masa yang akan datang.

Dalam menilai profitabilitas suatu perusahaan dapat dilakukan dengan melakukan berbagai alat analisis, tergantung dari tujuan analisisnya. Analisis

profitabilitas memberikan bukti pendukung mengenai kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dan sejauh mana efektivitas pengelolaan perusahaan. Alat-alat analisis yang sering digunakan untuk analisis profitabilitas adalah rasio profitabilitas. Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*) merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi (, 2013).

Dalam penelitian ini skala pengukuran rasio profitabilitas menggunakan proksi *Return On Assets* (ROA) ini mengacu pada penelitian Fauzan (2013). ROA di juga pilih dikarenakan, Menurut Sutrisno (2009:222), “*Return on assets* juga disebut sebagai rentabilitas ekonomis merupakan ukuran kemampuan perusahaan dengan menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam hal ini laba yang dihasilkan adalah laba sebelum bunga dan pajak.” Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi pengelolaan aktiva yang dilakukan oleh perusahaan”. Berdasarkan kalimat diatas menunjukkan bahwa ROA merupakan alat ukur yang sangat sesuai dalam mengukur ukuran perusahaan berdasarkan total assets yang dimiliki oleh suatu perusahaan. juga mampu menilai kemampuan perusahaan untuk menggunakan rata-rata nilai asetnya dalam menghasilkan *profit*/laba.

### 2.1.10 Jenis-jenis Rasio Profitabilitas Perusahaan

Menurut Harahap (2013:304-306), jenis-jenis rasio profitabilitas adalah:

1. *Profit Margin on Sales*
2. *Asset turn over*
3. *Return on Equity (ROE)*
4. *Return on Assets (ROA)*
5. *Bassic Earning Power (BEP)*
6. *Earning Per Share (EPS)*
7. *Contribution Margin*

Selanjutnya Jenis-jenis rasio profitabilitas diuraikan dibawah ini;

#### 1. *Profit Margin on Sales*

Rasio yang menggambarkan pendapatan bersih dari setiap penjualan, dihitung melalui hasil bagi antara pendapatan bersih dengan penjualan.

#### 2. *Asset turn over*

Rasio ini menggambarkan perputaran aktiva diukur dari volume penjualan dengan cara perbandingan antara penjualan bersih dengan total aktiva.

#### 3. *Return on Equity (ROE)*

Rasio ini menunjukkan berapa persen diperoleh laba bersih bila diukur dari modal pemilik. Rasio ini dihitung dengan cara laba bersih dibagi rata-rata modal.

#### 4. *Return on Asset (ROA)*

Rasio ini menunjukkan seberapa besar laba bersih diperoleh perusahaan bila diukur dari nilai aktiva dihitung dengan cara laba bersih dibagi rata-rata total asset.

### 5. *Basic Earning Power (BEP)*

Rasio yang menggambarkan tentang kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dihitung melalui hasil bagi antara pendapatan sebelum bunga dan pajak dengan jumlah aktiva.

### 6. *Earning Per Share (EPS)*

Rasio ini menunjukkan berapa besar kemampuan per lembar saham menghasilkan laba dihitung dengan cara laba bagian saham bersangkutan dibagi jumlah saham.

### 7. *Contribution Margin*

Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan melahirkan yang akan menutupi biaya-biaya tetap atau biaya operasi lainnya. Dihitung dengan cara laba kotor dibagi penjualan.

Dalam penelitian ini hanya menggunakan rasio return on assets (ROA) sebagai indikatornya. Selain itu analisis ROA dalam analisis laporan keuangan mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu teknik analisis keuangan bersifat menyeluruh (komprehensif). Semakin tinggi ROA ini menunjukkan bahwa perusahaan semakin efektif dalam memanfaatkan aktiva untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak. Dengan demikian, semakin tinggi ROA, Kinerja Perusahaan semakin efektif. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor.

### 2.1.11 Return On Assets (ROA)

Menurut Riahi-Belkaoui seperti yang dikutip oleh Mawardi (2005 : 85),

*Return On Assets* (ROA) digunakan untuk:

Mengukur kinerja keuangan perusahaan-perusahaan multinasional khususnya dari sudut pandang profitabilitas dan kesempatan berinvestasi. ROA menunjukkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan mengoptimalkan aset yang dimiliki. Semakin tinggi laba yang dihasilkan, maka semakin tinggi pula ROA, yang berarti bahwa perusahaan semakin efektif dalam penggunaan aktiva untuk menghasilkan keuntungan.

*Return On Assets* (ROA) merupakan kemampuan dari modal yang diinvestasikan ke dalam seluruh aktiva perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. ROA menggunakan laba sebagai salah satu cara untuk menilai efektivitas dalam penggunaan aktiva perusahaan dalam menghasilkan laba.

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

ROA dihitung berdasarkan perbandingan laba sebelum pajak dan rata-rata total aktiva. Husnan dan Pudjiastuti 2002 dalam Basir 2003 menyatakan bahwa: “Rasio rentabilitas ekonomi mengukur kemampuan aktiva perusahaan memperoleh laba dari operasi perusahaan. Karena hasil operasi yang ingin diukur, maka dipergunakan laba sebelum bunga dan pajak.” Aktiva yang digunakan untuk mengukur kemampuan memperoleh laba operasi adalah aktiva operasional. Bank dengan *total asset* relatif besar akan mempunyai kinerja yang lebih baik karena mempunyai *total revenue* yang relatif besar sebagai akibat penjualan produk yang meningkat. Dengan meningkatnya total revenue tersebut maka akan

meningkatkan laba perusahaan sehingga kinerja keuangan akan lebih baik (Mawardi, 2005 dalam Basir 2003).

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Lindrawati, Felicia, dan Budianto (2008) melakukan penelitian terhadap Perusahaan yang terdaftar dalam 100 *Best Corporate Citizens* tahun 2000-2006 yang memiliki *net income*, *total assets*, dan *total Equity*. Penelitian ini diukur dengan Pengungkapan CSR, Rasio Keuangan yang digunakan ROE, ROI. Hasilnya CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE, namun berpengaruh signifikan terhadap ROI Dalam penelitian ini, CSR diukur dengan menggunakan *indeks return shareholder* dan *stakeholder*, dan kinerja keuangan yang diukur dengan *profitabilitas* dengan menggunakan rasio ROI dan ROE.

Januarti dan Apriyanti (2005) melakukan penelitian terhadap perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ pada tahun 2002 dan penelitian ini diukur dari elemen biaya sosial, Rasio Keuangan yang digunakan ROA, ATO. Hasil penelitiannya bahwa implementasi CSR yang di-*proxy* dengan biaya kesejahteraan karyawan dan biaya komunitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil penelitian lainnya menunjukkan terdapat biaya tambahan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Biaya tambahan khusus ini akan menghasilkan dampak netral (*balance*) terhadap profitabilitas, apabila tambahan biaya yang dikeluarkan tertutupi oleh keuntungan efisiensi yang ditimbulkan oleh pengeluaran biaya tersebut.



Brine, et al (2007) melakukan penelitian terhadap 277 perusahaan yang terdaftar di *Australia stock Exchange (ASX)*. Penelitian ini diukur dari elemen biaya sosial. Rasio Keuangan yang digunakan ROA, ROE, ROS. dan hasilnya menjelaskan bahwa penerapan CSR di bidang karyawan seperti perekrutan karyawan, kebijakan retensi untuk karyawan mempengaruhi kinerja keuangan *return on assets (ROA)*, *return on equity (ROE)*, dan *return on sales (ROS)*.

Adi (2008) melakukan penelitian terhadap 26 perusahaan *high profile* yang *listing* di BEI. Penelitian ini diukur dari Pengungkapan CSR, volume perdagangan saham mengenai pengaruh pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi investor. Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pengaruh dari pengungkapan sosial terhadap laporan tahunan kurang signifikan, sehingga tidak ada pengaruh pengungkapan sosial terhadap reaksi investor. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa pengungkapan sosial yang menggambarkan citra atau reputasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap reaksi investor untuk membeli saham perusahaan tersebut.

Bachetii dan Rocco (2006) melakukan penelitian terhadap 250 perusahaan pada index S&P500. Penelitian ini diukur Pengungkapan CSR, volatilitas portofolio saham. Hasil dari penelitiannya menyimpulkan bahwa penerapan CSR berpengaruh terhadap turunnya resiko portofolio saham dan telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Penelitian-penelitian tersebut banyak memberikan masukan serta kontribusi tambahan bagi penelitian ini.

Novia Wita (2014) melakukan penelitian terhadap 10 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan penelitian ini diukur dengan Rasio aktivitas disebut juga sebagai rasio efisiensi atau perputaran (*turnover*). Hasil dari penelitiannya menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.

Sunarto (2009) melakukan penelitian terhadap 21 perusahaan dari 35 perusahaan yang ada di Jawa Tengah dengan periode waktu dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2007. Penelitiannya diukur berdasarkan prediktor profitabilitas dan leverage. Hasilnya menyatakan Hubungan ukuran perusahaan dan profitabilitas perusahaan Ukuran perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghadapi ketidakpastian. Perusahaan dengan ukuran besar relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan kecil dan perusahaan dengan ukuran kecil pada umumnya mempunyai tingkat efisiensi yang rendah dan leverage finansial yang lebih tinggi. Investor yang bersikap hati-hati (*risk adverse*) cenderung melakukan investasi saham pada perusahaan besar karena mempunyai tingkat risiko lebih kecil. Hasil penelitian Kristanti (2003) yang menggunakan prediktor profitabilitas dan *leverage*, hasilnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dapat dijadikan sebagai prediktor profitabilitas perusahaan. Sehingga peneliti mengajukan hipotesis kedua sebagai berikut: H<sub>2</sub>=Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Novi Sagita Ambarwati (2015) melakukan penelitian dengan purposive sampling, meliputi data laporan keuangan perusahaan manufaktur makanan

selama periode penelitian, yaitu tahun 2009,2010, dan 2011. Penelitiannya diukur dengan menggunakan rasio profitabilitas ROE yang positif. Hasilnya mengatakan bahwa ukuran perusahaan dengan profitabilitas, ukuran perusahaan dilihat dari total assets yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total asset yang besar, pihak manajemen lebih luas dalam mempergunakan asset yang ada di perusahaan tersebut. Jumlah asset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai keuntungan atau profitabilitas perusahaan. Hal ini dapat dikatakan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas suatu perusahaan.

Merti Sri Devi (2005) melakukan penelitian dengan purposive sampling dengan jumlah 10 responden perusahaan. Penelitiannya diukur metode dokumentasi mengumpulkan dan mencatat laporan keuangan dan Hasilnya dalam ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva dan jumlah penjualan (Ferry dan Jones (dalam Sujianto, 2001). menemukan bahwa secara parsial menunjukkan bahwa variabel Net Profit Margin dan *Firm Size* (ukuran perusahaan) berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Didukung oleh penelitian yang dilakukan Alfa Dera Sumantri (2012) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA (*Return On Asset*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2006-2010, hasil penelitian menunjukkan bahwa

hipotesis H1 diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap profitabilitas secara parsial. Adanya pengaruh yang signifikan dan positif ini mengindikasikan bahwa semakin besar nilai ukuran perusahaan dapat menjelaskan dan memprediksi peningkatan profitabilitas. Sebaliknya, semakin redah nilai ukuran perusahaan dapat menjelaskan dan memprediksi penurunan profitabilitas. Hasil penelitian ini mendukung temuan yang dilakukan oleh David Sukardi Kodrat (2009) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Penelitian yang dilakukan Dewi Sartika (2012) melakukan penelitian terhadap perusahaan perbankan syariah yang tergolong dalam Bank Umum Syariah Devisa. Penelitiannya diukur dengan laporan keuangan tahunan bank dan analisis datanya menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS 19.0 dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS) mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap ROA. Hasilnya menyatakan bahwa analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Priharyanto (2009), Riska Arini (2009), dan Setiawan (2010), dimana disebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas bank karena bank yang lebih besar dapat bekerja secara lebih efisien. Semakin besar total aktiva suatu perusahaan, semakin besar kemampuan perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba.

**Tabel 2.10**  
**Rangkuman Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Sampel	Pengukuran	Hasil
1	Lindrawati et al., (2008)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas Yang Terdaftar Sebagai 100 <i>Best Corporate Citizen</i> oleh KLD Research & Analytics.	Perusahaan yang terdaftar dalam 100 <i>Best Corporate Citizens</i> tahun 2000-2006 yang memiliki <i>net income, total assets</i> , dan <i>total Equity</i>	Pengungkapan CSR, Rasio Keuangan yang digunakan ROE, ROI	CSR berpengaruh signifikan terhadap ROI sedangkan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE
2	Januarti, Indira dan Dini Apriyanti (2005)	Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ pada tahun 2002	Dilihat dari elemen biaya sosial, Rasio Keuangan yang digunakan ROA, ATO	Biaya Kesejahteraan karyawan dan biaya komunitas tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA
3	Matthew Brine, Rebecca Brown and Greg Hackett (2007)	<i>Corporate Social Responsibility and financial performance in the Australian context</i>	277 perusahaan yang terdaftar di <i>Australia stock Exchange (ASX)</i>	Dilihat dari elemen biaya sosial. Rasio Keuangan yang digunakan ROA, ROE, ROS	Penerapan CSR di bidang karyawan seperti perekrutan karyawan, kebijakan retensi untuk karyawan mempengaruhi kinerja keuangan <i>return on asset (ROA)</i> , <i>return on equity (ROE)</i> , dan <i>return on sales (ROS)</i> .
4	Puguh Siswanto Adi (2008)	Pengaruh Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan	26 perusahaan <i>high profile</i> yang <i>listing</i> di BEI	Pengungkapan CSR, volume perdagangan saham	Pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan <i>high profile</i> tidak begitu mempengaruhi investor dalam melakukan investasi
5	Bacchetti and Rocco (2006)	<i>Corporate Social Responsibility and stock market Performance</i>	250 perusahaan pada index S&P500	Pengungkapan CSR, volatilitas portofolio saham	Penerapan CSR berpengaruh secara signifikan terhadap turunnya resiko portofolio saham.
6	Novia Wita (2015)	Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, Aktivitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	jumlah responden 10 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	Rasio aktivitas disebut juga sebagai rasio efisiensi atau perputaran ( <i>turnover</i> ),	Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.

7	Sunarto (2009)	PENGARUH LEVERAGE, UKURAN DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS	21 perusahaan dari 35 perusahaan yang ada di Jawa Tengah dengan periode waktu dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2007.	prediktor profitabilitas dan leverage.	Ukuran perusahaan dapat dijadikan sebagai prediktor profitabilitas perusahaan.
	Novi Sagita Ambarwati (2015)	Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.	Dengan sampel purposive sampling, meliputi data laporan keuangan perusahaan manufaktur makanan yang selama periode penelitian, yaitu tahun 2009,2010 dan 2011	Dengan menggunakan rasio profitabilitas ROE yang positif.	Ukuran perusahaan jika dilihat dari total assets memiliki pengaruh positif terhadap penilaian perusahaan.
9	Merti Sri Devi (2005)	Pengaruh modal kerja, likuiditas, aktivitas dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	Purposive sampling dengan jumlah responden 10 perusahaan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier regresi berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 19 for Windows.	Metode dokumentasi yaitu dengan cara mengumpulkan dan mencatat laporan keuangan.	Secara parsial menunjukkan bahwa variabel <i>Net Profit Margin</i> dan <i>Firm Size</i> (ukuran perusahaan) berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Didukung oleh penelitian yang dilakukan Alfa Dera Sumantri (2012) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA ( <i>Return On Asset</i> ) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2006-2010.
10	Dewi Sartika (2012)	ANALISIS PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, KECUKUPAN MODAL, KUALITAS AKTIVA PRODUKTIF DAN LIKUIDITAS TERHADAP RETURN ON ASSETS (ROA) (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2006-2010)	Perusahaan perbankan syariah yang tergolong dalam Bank Umum Syariah Devisa.	Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan bank. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS 19.0 dengan metode <i>Ordinary Least Square (OLS)</i> .	ukuran perusahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Priharyanto (2009), Riska Arini (2009), dan Stiawan (2010), dimana disebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas bank karena bank yang lebih besar dapat bekerja secara lebih efisien. Semakin besar total aktiva suatu perusahaan, semakin besar kemampuan perusahaan

					tersebut dalam menghasilkan laba.
Hadri Kusuma(2005)	SIZE PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS: KAJIAN EMPIRIS TERHADAP PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK JAKARTA	Target populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar, perusahaan yang menyajikan laporan keuangan secara lengkap termasuk catatan atas laporan keuangan pada periode tahun 2000-2003, dan mendapatkan profit atau laba positif selama periode tersebut.	penelitian ini menggunakan EBITDA dan EBIT sebagai pengukur profitabilitas perusahaan. Kedua variabel EBITDA dan EBIT merupakan pengukur laba operasi perusahaan sebelum beban bunga dan pajak dan mengeluarkan efek keputusan pembiayaan (financing decision) oleh pihak perusahaan.	hubungan antara ukuran perusahaan dengan produktifitas perusahaan di Amerika Serikat tahun 1970 dan 1989 justru menemukan hasil yang berlawanan. Dhawan menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan return on asset berhubungan negatif dengan ukuran perusahaan. Akan tetapi Dhawan tidak menguji hubungan tersebut atas dasar jenis-jenis industri, karenanya penelitian tersebut tidak dapat mengontrol faktor-faktor khusus industri yang mungkin mempengaruhi hubungan tingkat laba dan ukuran perusahaan.	

Sumber: Rangkuman Hasil Penelitian Terdahulu.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang masalah, telaah pustaka dan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang menerapkan dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan profitabilitasnya.

Menurut Beni Bevly (2012:16)

*Corporate Social Responsibility* di Indonesia umumnya banyak diartikan sebagai tindakan korporasi atau perusahaan besar untuk memberikan sumbangan (*philanthropy*) berupa materi seperti uang, peralatan atau hadiah lainnya kepada komunitas, organisasi atau individu di wilayah dimana mereka beroperasi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan juga merupakan salah satu bentuk kepedulian sebuah perusahaan terhadap lingkungan. Saat ini pengungkapan CSR bertujuan untuk memaksimalkan laba tetapi juga dituntut untuk lebih mengakomodasi kebutuhan masyarakat dan *stakeholder*-nya

Nugroho (2007) mengatakan bahwa dengan, “Mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* didalam laporan tahunan, usaha suatu perusahaan akan lebih berkesinambungan yang pada akhirnya laba yang diperoleh perusahaan akan terjaga.” selain itu praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan bahkan perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya. Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia masih bersifat sukarela (*voluntary disclosure*) bukan suatu kewajiban (*mandatory disclosure*) .Walaupun masih bersifat sukarela tetapi perusahaan semakin menyadari bahwa dengan mengungkapkan aktifitas sosial akan mendeskripsikan lebih jauh peran perusahaan dalam menjalankan fungsi-fungsi sosialnya, Sehingga perusahaan dapat membangun, mempertahankan dan melegitimasi kontribusi perusahaan (Yanuar, 2007).



Rina Tresnawati (2008) mengungkapkan bahwa:

Dengan adanya program pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebuah perusahaan akan memberikan pengaruh positif pada profitabilitas perusahaan tersebut dikarenakan terdapat beberapa *benefit* (manfaat). apabila perusahaan menerapkan program CSR salah satunya ialah melebarkan akses sumber daya bagi operasionalisasi usaha.

Schmalensee (1989) menemukan bahwa perusahaan-perusahaan besar lebih profitable dibandingkan dengan perusahaan kecil dalam industri yang sama. Seperti peneliti lain, Schmalensee menggunakan total aktiva sebagai proksi ukuran perusahaan, dan pengukur tingkat keuntungan akuntansi diwakili oleh profit margin dan return on asset.

Menurut Wardhani (2007) *Corporate Social Reporting* memiliki pengaruh terhadap *ROA*. Hal ini menunjukkan bahwa Perusahaan yang melaksanakan *CSR* yang dapat dilihat dari *Corporate Social Responsibility* akan mendapat banyak keuntungan seperti kesetiaan pelanggan dan kepercayaan dari kreditor dan investor. Hal ini akan memicu keuangan Perusahaan menjadi lebih baik sehingga laba Perusahaan meningkat dan akan diikuti oleh kenaikan *ROA* dan *ROE* perusahaan di tahun berikutnya.

Menurut Munawir, (2002,89) *ROA* dalam analisis manajemen keuangan, mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu teknik analisis keuangan yang bersifat menyeluruh atau komprehensif. Rasio ini mengukur efektivitas perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang akan digunakan untuk operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Semakin besar nilai *ROA* berarti suatu perusahaan mempunyai kinerja yang bagus dalam

menghasilkan laba bersih untuk pengembalian total aktiva yang dimiliki sehingga berpengaruh terhadap harga saham, yaitu harga saham akan naik. Sunariyah (2004) menyatakan bahwa apabila perusahaan diperkirakan mempunyai prospek yang akan datang, nilai saham menjadi tinggi. Jadi dengan ROA, kita dapat mengukur seberapa besar pengaruh pengungkapan CSR dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan dengan cara mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Menurut Sawir (2004:102) ukuran perusahaan adalah:

Suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, log size, harga pasar saham dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi menjadi 3 kategori yang didasarkan kepada total asset perusahaan yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*).

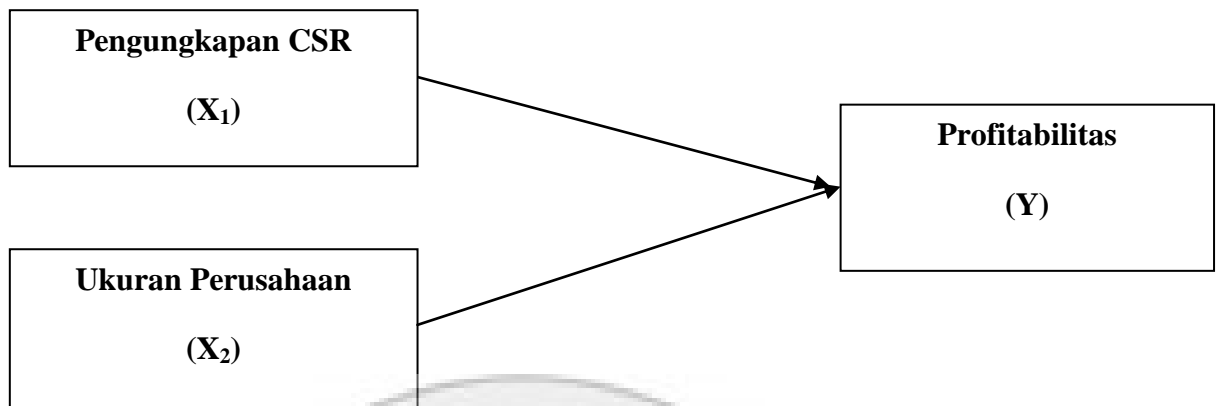
Ukuran perusahaan bisa dilihat dari total asset perusahaan. Menurut Basir (2003), “Perusahaan dengan total asset yang besar mencerminkan keamanan perusahaan. Perusahaan yang sudah mapan biasanya kondisi keuangannya juga sudah stabil.” Selain itu, ukuran baik yang besar lebih diinginkan karena memungkinkan bank menyediakan menu jasa keuangan yang lebih luas.

Ukuran perusahaan yang besar diharapkan dapat meningkatkan skala ekonomi dan mengurangi biaya pengumpulan dan pemrosesan informasi. Hal ini juga diungkapkan Sudarmadji dan Sularto (2007), dimana perusahaan besar yang mempunyai sumber daya yang besar pula akan melakukan pengungkapan lebih luas dan mampu membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal. Informasi tersebut sekaligus menjadi bahan untuk keperluan pengungkapan

informasi kepada pihak eksternal seperti investor dan kreditor, sehingga tidak memerlukan tambahan biaya yang besar untuk melakukan pengungkapan lebih luas. Dengan demikian, perusahaan yang besar mempunyai biaya produksi informasi yang lebih rendah daripada perusahaan kecil.

Menurut Chang dan Rhee (1990; 21-31) “Suatu perusahaan besar dan mapan akan mudah untuk menuju ke pasar modal, karena kemudahan untuk berhubungan dengan pasar modal maka berarti fleksibilitas lebih besar dan tingkat kepercayaan investor juga lebih besar karena mempunyai kinerja operasional yang lebih besar”. Perusahaan besar mampu menarik minat investor yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena mempunyai fleksibilitas penempatan investasi yang lebih baik. Ketika mampu menarik minat investor yang lebih besar maka investasi saham yang ditanamkan investor kepada perusahaan juga akan semakin banyak dan profitabilitas perusahaan juga akan menjadi semakin tinggi yang menyebabkan bisa menjamin kelangsungan hidup bagi perusahaan di masa yang akan datang, karena menurut Yustisia Puspaningrum (2014:28) “Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin baik pula manajemen dalam mengelola perusahaan, yang dimana pada akhirnya juga akan berpengaruh pada peningkatan kemakmuran pemilik perusahaan.”

Berdasarkan keseluruhan rangkaian penelitian ini, dikembangkan suatu kerangka pemikiran teoritis yang dapat dilihat dalam gambar berikut ini:



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

## 2.4 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2009:96), hipotesis merupakan “jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.” Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

### 2.4.1 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap profitabilitas

Menurut Grey dan Owen (1987:4) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah :

Proses memberikan informasi yang dirancang untuk debit akuntabilitas sosial yang dilakukan oleh organisasi yang menjalankan tanggung jawab sosial termasuk pengungkapannya dalam laporan keuangan sebagai publikasi khusus atau bahkan sebagai iklan yang berorientasi sosial. Perwujudan CSR dipandang

sebagai cara manajemen berinteraksi dengan masyarakat luas untuk mempengaruhi persepsi eksternal tentang organisasi mereka.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Octavia dan Hermi (2014) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas pada tahun selanjutnya dan penelitian ini juga didukung oleh Eva Sriviana (2013) yang menyatakan *Corporate Social Responsibility* mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan maka dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Hal ini diakibatkan karena dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka akan memberikan nilai positif yaitu meningkatnya profitabilitas perusahaan.

#### **2.4.2 Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas.**

Menurut Sawir (2004:102) ukuran perusahaan adalah:

Suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, log size, harga pasar saham dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi menjadi 3 kategori yang didasarkan kepada total asset perusahaan yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Priharyanto (2009), Riska Arini (2009), dan Stiawan (2010), dimana disebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas bank karena bank yang lebih besar dapat bekerja secara lebih efisien. Semakin besar total

aktiva suatu perusahaan, semakin besar kemampuan perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba.

Menurut Astuti dan Zuhrotun (2007: 124), perusahaan dengan total asset yang besar mencerminkan keamanan perusahaan. Perusahaan yang sudah mapan biasanya kondisi keuangannya juga sudah stabil. Ukuran perusahaan yang besar dapat meningkatkan skala ekonomi serta mengurangi biaya pengumpulan dan pemrosesan informasi (Boyd dan Rungkle, 1993, dalam Bashir, 2003). Perusahaan besar yang mempunyai sumber daya yang besar pula, akan melakukan pengungkapan lebih luas dan mampu membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal.

#### **2.4.3 Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap Profitabilitas.**

Menurut Grey dan Owen (1987:4) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah :

Proses memberikan informasi yang dirancang untuk debit akuntabilitas sosial yang dilakukan oleh organisasi yang menjalankan tanggung jawab sosial termasuk pengungkapannya dalam laporan keuangan sebagai publikasi khusus atau bahkan sebagai iklan yang berorientasi sosial. Perwujudan CSR dipandang sebagai cara manajemen berinteraksi dengan masyarakat luas untuk mempengaruhi persepsi eksternal tentang organisasi mereka.

Menurut Sawir (2004:102) ukuran perusahaan adalah:

Suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, log size, harga pasar saham dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi menjadi 3 kategori yang didasarkan kepada total asset perusahaan yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*).

Menurut Pearch Robinson (2007:89), “Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan, profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu.” Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya.

Dalam penelitian Eva Sriviana (2013) yang menyatakan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan pelaksanaan Corporate Social Responsibility dan besarnya ukuran perusahaan dipercaya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

**H1:** Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap profitabilitas.

**H2:** Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas.

**H3:** Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap Profitabilitas.