

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Menurut Gray et al. (1995) teori lain yang melandasi pengungkapan CSR adalah teori legitimasi. Legitimasi merupakan suatu sistem yang mengutamakan kepentingan masyarakat atau lebih memihak kepada masyarakat (Ardianto dan Machfudz, 2011). Lebih lanjut, Ardianto dan Machfudz (2011) juga mengemukakan bahwa legitimasi masyarakat merupakan salah satu faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat digunakan sebagai wahana bagi perusahaan untuk membangun sebuah strategi, terutama terkait dengan upaya memposisikan perusahaan di tengah lingkungan masyarakat yang sudah semakin maju. Jadi legitimasi dianggap sebagai strategi yang potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*). O'Donovan (2002) dalam Nurkhin (2009) menyatakan bahwa:

“Legitimacy theory as the idea that in order for an organization to continue operating successfully, it must act in a manner that society deems socially acceptable.”

Menurut O'Donovan (2002), teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang terjadi antara institusi dengan masyarakat. Suatu perusahaan beroperasi dengan ijin dari masyarakat, dimana ijin ini dapat ditarik apabila masyarakat menilai bahwa perusahaan tidak melakukan hal-hal yang diwajibkan

kepadanya sehingga perusahaan harus berperilaku dalam koridor-koridor yang secara sosial dapat diterima oleh lingkungan demi melanjutkan usahanya sehingga dapat berjalan sukses. Perusahaan yang mampu memenuhi harapan masyarakat akan mampu mendapatkan pengakuan dan dukungan dari masyarakat. Selain itu, legitimasi perusahaan juga didasarkan pada persepsi dan nilai sosial di masyarakat. Persepsi dan nilai ini bisa berubah dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, status legitimasi perusahaan mungkin akan sulit untuk ditetapkan. Perusahaan harus selalu sadar dan waspada akan legitimasinya, bahwa selalu ada kemungkinan legitimasi tersebut akan hilang kapan saja. Perusahaan juga harus mengetahui hal apa yang membentuk nilai dan persepsi tentang sosial dan lingkungan yang terdapat di masyarakat.

Menurut Dowling dan Pfeffer (1995), dalam Ghazali dan Chariri (2007), menyatakan bahwa legitimasi adalah hal yang penting dalam organisasi, mengandung batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial serta reaksi-reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis mengenai perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Teori legitimasi berfokus pada hubungan antara perusahaan dengan masyarakat. Hal ini didasarkan pada pandangan bahwa suatu perusahaan akan berusaha untuk menyeimbangkan norma-norma perilaku dalam sistem sosial masyarakat dengan nilai-nilai sosial yang terkandung dalam sistem perusahaan karena perusahaan merupakan bagian dari sistem tersebut. Apabila kedua sistem ini berjalan selaras dapat dikatakan sebagai legitimasi perusahaan, namun apabila tidak terjadi keselarasan antara kedua sistem tersebut maka terdapat ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Menurut Patten dalam Hadi (2011), salah satu upaya yang perlu dilakukan perusahaan dalam rangka mengelola legitimasi agar efektif adalah dengan melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan terkait dengan CSR. Adanya pengungkapan CSR yang baik maka diharapkan perusahaan akan mendapat legitimasi dari masyarakat sehingga dapat berpengaruh terhadap eksistensi perusahaan (*going concern*). Praktik CSR yang dilakukan perusahaan ini mempunyai tujuan untuk menyelaraskan diri dengan norma masyarakat. Dalam konteks ini CSR juga dipandang sebagai suatu kewajiban yang disetujui oleh perusahaan dengan masyarakat. Melakukan kegiatan CSR beserta pengungkapannya, perusahaan berharap dapat menciptakan keseimbangan antara aktivitas perusahaan dengan harapan masyarakat terhadap perusahaan. Hal tersebut kemudian akan membangun citra yang baik di mata masyarakat.

Uraian di atas menjelaskan bahwa teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Teori legitimasi juga dapat digunakan untuk menjelaskan keterkaitan mekanisme profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Mekanisme profitabilitas memberikan keyakinan perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Artinya, dengan mekanisme profitabilitas yang mencukupi, perusahaan tetap akan mendapatkan keuntungan positif, yaitu mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak meningkatnya keuntungan perusahaan di masa yang akan datang (Pratama, 2014).

2.1.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut K. Bertens dalam Suparno (2010) CSR merupakan suatu tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat. Konsep CSR yang awalnya dikenal sejak tahun 1979 dan diartikan sebagai suatu tindakan organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat tetapi juga turut mempertahankan kualitas lingkungan maupun fisik dengan memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana organisasi berada. CSR bukan hanya lagi dianggap sebagai kegiatan yang hanya mempunyai tujuan untuk memenuhi hukum dan aturan yang ada namun lebih dari itu CSR diharapkan dapat memberikan manfaat berupa nilai guna bagi para pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi atau perusahaan.

Definisi lain terkait CSR sendiri umumnya sangat beragam. WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) dalam Indrawan (2011) juga mengemukakan definisi CSR seperti berikut:

“The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of work life of workforce and their families as well as of the local community and social large.”

Berarti bahwa komitmen bisnis yang berkelanjutan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas kehidupan kerja karyawan dan kerja mereka dan komunitas lokal dan masyarakat yang luas.

Bank Dunia (*World Bank*) dalam Indrawan (2011) juga memberikan definisi terkait CSR, yaitu:

“CSR is commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.”

Berarti bahwa komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan karyawan dan perwakilannya, komunitas lokal, dan masyarakat yang luas untuk meningkatkan kualitas hidup melalui jalan bisnis dan perkembangan yang baik.

2.1.3 Pengungkapan CSR

Pada umumnya pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*), yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan berdasarkan pada peraturan atau standar tertentu yang disyaratkan oleh lembaga yang berwenang (Pajak, Undang-Undang, SAK, maupun BAPEPAM), dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi tambahan dari perusahaan, yaitu 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). Aktivitas CSR dapat diinformasikan dan dikomunikasikan oleh perusahaan kepada *stakeholder* melalui sebuah pengungkapan di dalam laporan. Laporan tersebut merupakan salah satu cara untuk melihat sampai seberapa jauh transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, dan kejujuran yang dimiliki perusahaan (Muharbiyanto, 2010). Menurut Guthrie dan

Parker (1990) menyatakan bahwa dalam pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, dan mempertahankan kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Sayekti dan Wondabio, 2007). Ikatan Akutansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akutansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 paragraf sembilan secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial sebagai berikut :

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”

Secara internasional saat ini tercatat sejumlah inisiatif *code of conduct* implementasi CSR, salah satunya adalah *Global Reporting Initiatives* (GRI) yang juga telah berkembang di Indonesia. GRI adalah sebuah pedoman yang diperuntukkan bagi perusahaan sebagai dasar pelaporan terkait ekonomi, sosial, dan lingkungan dari kegiatan bisnis mereka (pelaporan CSR) yang didirikan tahun 1997 di New York dan kini berpusat di Amsterdam. Pedoman GRI merupakan pedoman yang paling sering digunakan sebagai acuan dalam pelaporan aktivitas CSR saat ini. GRI menyediakan rangkaian indikator kinerja yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai pedoman bagi perusahaan yang ingin mempublikasikan aktivitas CSR (Fisher, 2006).

Pengungkapan CSR diukur dengan menggunakan instrumen yang mengacu pada GRI (2006) sebagai pedoman pengungkapan laporan sosial perusahaan. Dalam semua indikator tersebut terdapat 79 total item tanggung jawab sosial perusahaan (ekonomi 9 item, lingkungan 30 item, dan sosial 40 item). Terdapat 3 fokus pengungkapan GRI, antara lain:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*), terdiri dari 9 item. Item tersebut antara lain:

Aspek: Kinerja Ekonomi

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.

EC2 Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.

EC3 Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.

EC4 Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.

Aspek : Kehadiran Pasar

EC5 Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.

EC6 Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.

EC7 Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.

Aspek: Dampak Ekonomi Tidak Langsung

EC8 Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau pro bono.

EC9 Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.

2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*), terdiri dari 30 item. Item tersebut antara lain:

Aspek: Material

EN1 Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.

EN2 Persentase Penggunaan Bahan Daur Ulang.

Aspek: Energi

EN3 Penggunaan Energi Langsung dari Sumberdaya Energi Primer.

EN4 Pemakaian Energi Tidak Langsung berdasarkan Sumber Primer.

EN5 Penghematan Energi melalui Konservasi dan Peningkatan Efisiensi.

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.

EN7 Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.

Aspek: Air

EN8 Total pengambilan air per sumber.

EN9 Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.

EN10 Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang.

Aspek Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati)

EN11 Lokasi dan Ukuran Tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang diproteksi atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi.

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).

EN13 Perlindungan dan Pemulihan Habitat

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.

Aspek: Emisi, Efluen dan Limbah

EN16 Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.

EN17 Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat

EN18 Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya.

EN19 Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (ozone-depleting substances/ODS) diperinci berdasarkan berat.

EN20 NO_x, SO_x 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.

Aspek: Produk dan Jasa

EN26 Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.

EN27 Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.

Aspek: Kepatuhan

EN28 Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.

Aspek: Pengangkutan/Transportasi

EN29 Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.

Aspek: Menyeluruh

EN30 Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan menurut jenis.

3. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*) terdiri dari 40 item:

- Tenaga Kerja

Aspek: Pekerjaan

LA1 Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.

LA2 Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.

LA3 Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.

Aspek: Tenaga kerja / Hubungan Manajemen

LA4 Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.

LA5 Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.

Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Jabatan

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.

LA7 Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.

LA8 Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.

LA9 Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.

Aspek: Pelatihan dan Pendidikan

LA10 Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.

LA11 Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menjangkakan kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.

LA12 Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.

Aspek: Keberagaman dan Kesempatan Setara

LA13 Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.

LA14 Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.

- Hak Asasi Manusia (*human rights performance*)

Aspek : Praktek Investasi dan Pengadaan

HR1 Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/ filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.

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.

Aspek: Non diskriminasi

HR4 Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan.

Aspek: Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul

HR5 Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diidentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.

Aspek: Pekerja Anak

HR6 Kegiatan yang diidentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.

Aspek: Kerja Paksa dan Kerja Wajib

HR7 Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.

Aspek: Praktek/Tindakan Pengamanan

HR8 Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi.

Aspek: Hak Penduduk Asli

HR9 Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.

- Sosial (*Society*)

Aspek: Komunitas

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.

Aspek: Korupsi

S02 Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.

S03 Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur anti korupsi.

S04 Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.

Aspek: Kebijakan Publik

S05 Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.

S06 Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.

Aspek: Kelakuan Tidak Bersaing

S07 Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan anti persaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.

Aspek: Kepatuhan

S08 Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.

- Tanggung jawab Produk (*product responsibility performance*)

Aspek: Kesehatan dan Keamanan Pelanggan

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.

PR2 Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.

Aspek: Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa

PR3 Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.

PR4 Jumlah pelanggaran peraturan dan *voluntary codes* mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.

PR5 Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.

Aspek: Komunikasi Pemasaran

PR6 Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan *voluntary codes* yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship.

PR7 Jumlah pelanggaran peraturan dan *voluntary codes* sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.

Aspek: Keleluasaan Pribadi (*privacy*) Pelanggan

PR8 Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (*privacy*) pelanggan dan hilangnya data pelanggan.

Aspek: Kepatuhan

PR9 Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.

2.1.4 Ukuran Profitabilitas

Definisi profitabilitas menurut G. Sugiyarso dan F. Winarni (2005:118) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan total aktiva maupun modal sendiri. Pendapat lain tentang pengertian profitabilitas oleh Munawir (2002:152) bahwa profitabilitas (*profitability*) atau rentabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba. Pengertian yang sama disampaikan oleh Dewi Astuti (2004:36) bahwa profitabilitas adalah mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam suatu periode tertentu.

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham (Heinze: 1976; Gray, *et al.*: 1995; dalam Sembiring, 2006), sehingga dapat dijelaskan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba demi meningkatkan nilai pemegang saham. Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi anggapan dasar untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya (Hackston dan Milne 1996; dalam Sembiring, 2005).

Profitabilitas dapat diukur melalui rasio profitabilitas yang akan menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan pada perusahaan melalui rasio-rasio seperti ROA (*Return on Assets*), ROE (*Return on Equity*), NPM (*Net Profit Margin*) (Brigham and Houston 2010).

Profitabilitas mempunyai arti penting dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang karena profitabilitas menunjukkan apakah entitas tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang ataukah tidak. Jadi, setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan semakin terjamin (Brigham, 2010). Rasio profitabilitas dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan *proxy* ROA, ROE, dan NPM.

Menurut Hanafi dan Halim (2003:27), *Return on Assets* (ROA) merupakan rasio keuangan perusahaan yang berhubungan dengan profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan atau laba pada tingkat pendapatan, aset dan modal saham tertentu. Tujuan untuk mengetahui ROA, kita dapat menilai apakah perusahaan telah efisien dalam menggunakan aktivitya dalam kegiatan operasi untuk menghasilkan keuntungan. Menurut Bambang Riyanto (2001:44) *Return on Equity* (ROE) adalah perbandingan antara jumlah profit yang tersedia bagi pemilik modal sendiri di satu pihak dengan jumlah modal sendiri yang menghasilkan laba tersebut di lain pihak. Menurut Bastian dan Suhardjono (2006) *Net Profit Margin* (NPM) adalah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan. Rasio ini sangat penting bagi manajer operasi karena mencerminkan strategi penetapan harga penjualan yang diterapkan perusahaan dan kemampuannya untuk mengendalikan beban usaha.

2.2 Penelitian Terdahulu

Nurkhin (2009) meneliti pengaruh kepemilikan institusional, komposisi dewan komisaris independen dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komposisi dewan komisaris independen dan profitabilitas terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hossain dkk (2006) dalam penelitiannya yang berjudul *Corporate Social and Environmental Disclosure in Developing Countries; Evidence from Bangladesh* menemukan bukti bahwa faktor profitabilitas (dengan proksi *net profit margin*) mempunyai hubungan positif terhadap pengungkapan CSR. Faktor lain yang terbukti signifikan berpengaruh adalah tipe industri. Sementara variabel lainnya seperti *size*, *subsidiaries of multinational company*, dan *audit firm* tidak terbukti mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Restu Agusti Susilatri dan Deri Indriani (2011) melakukan penelitian dengan judul pengaruh *leverage*, profitabilitas, *size*, umur perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas, *size*, umur perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggita Sari (2012) dengan judul pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* menggunakan tipe industri,

ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan perusahaan sebagai variabel independennya. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa tipe industri berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi *leverage* dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian tentang pengaruh profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* yang telah dipaparkan di atas, secara ringkas dapat dilihat dalam tabel 2.1.

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nurkhin (2009)	Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komposisi Dewan Komisaris Independen dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR	Komposisi Dewan Komisaris Independen, Profitabilitas, CSR	Komposisi dewan komisaris independen dan profitabilitas terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
2.	Hossain dkk (2006)	<i>Corporate Social and Evironmental Disclosure in Developing Countries; Evidence from Bangladesh</i>	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Anak Perusahaan Multinasional, <i>Audit Firm</i> , Tipe Industri, CSR	Faktor profitabilitas (dengan proksi <i>net profit margin</i>) mempunyai hubungan positif terhadap pengungkapan CSR. Faktor lain yang terbukti signifikan berpengaruh adalah tipe industri. Sementara variabel lainnya seperti <i>size</i> , <i>subsidiaries of multinational company</i> , dan <i>audit firm</i> tidak terbukti mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR.
3.	Restu Agusti Susilatri dan Deri Indriani (2011)	Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Size, Umur Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan CSR	Profitabilitas, size, umur perusahaan, ukuran dewan komisaris, leverage CSR	Profitabilitas, size, umur perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Sedangkan

				leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
4.	Anggita Sari (2012)	Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas <i>Leverage</i> , dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	Tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , pertumbuhan perusahaan, CSR	Tipe industri berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi <i>leverage</i> dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
5.	Rahardjo (2013)	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas, kebijakan dividen, kebijakan utang dan kepemilikan manajerial	Profitabilitas dan <i>variable</i> kebijakan dividen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan utang dan kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.
6.	Prasetyorini (2013)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , <i>Price Earning Ratio</i> dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , <i>price earning ratio</i> , profitabilitas, CSR	Ukuran perusahaan, <i>price earning ratio</i> , dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan namun <i>variable leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sumber: Penelitian sebelumnya yang terdokumentasi

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang masalah, telaah pustaka dan penelitian terdahulu salah satu faktor bagi sebuah perusahaan untuk menerapkan CSR pada perusahaannya yaitu profitabilitas. Oleh karena itu, dalam penelitian kali ini digunakan profitabilitas sebagai variabel independen penelitian dengan *proxy* ROA, ROE, dan NPM yang mempengaruhi CSR sebagai variabel dependen penelitian. Uraian yang akan dijelaskan antara lain diantaranya:

1. Pengaruh ROA terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan
2. Pengaruh ROE terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan
3. Pengaruh NPM terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan

2.3.1 Pengaruh ROA terhadap Pengungkapan CSR

ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan jumlah aktiva yang dimiliki secara keseluruhan. ROA disebut sebagai *Earning Power* karena rasio ini menggambarkan keuntungan dari setiap satu rupiah aset yang digunakan. Melalui rasio ini akan dapat mengetahui apakah perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan aktiva dalam kegiatan operasional perusahaan ataukah tidak. Sehingga, semakin tinggi nilai dari rasio ini maka keadaan suatu perusahaan dikatakan semakin baik. Perusahaan yang mempunyai kinerja keuangan yang solid akan memiliki lebih banyak sumber daya untuk berinvestasi dalam domain kinerja sosial (Tsoutsoura, 2004). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dengan proksi ROA memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Waddock and Graves (1997), Tsoutsoura (2004), Vintila and Duca (2013), Anggraini (2008), Rahajeng (2010), Wardhani (2012), dan Wicaksono (2012) sepakat menyatakan bahwa ROA sebagai salah satu rasio profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *profit* yang diperoleh

perusahaan dan dinyatakan melalui rasio ROA maka akan semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Sementara itu, penelitian dengan hasil yang berbeda dilakukan oleh Branco and Rodriguez (2008) sejalan dengan hasil penelitian Amsyari (2013); Andriani *et al.* (2011) serta Kurniawansyah (2013) yang melakukan studi empiris terhadap perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian Kurniawansyah (2013) menunjukkan bahwa profitabilitas dengan proksi ROA tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan di industri perbankan Indonesia. Munculnya perbedaan hasil penelitian seperti apa yang telah dijabarkan sebelumnya maka peneliti mencoba melakukan penelitian dengan menguji kembali pengaruh profitabilitas dengan proksi ROA terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap CSR.

2.3.2 Pengaruh ROE terhadap Pengungkapan CSR

ROE adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas pemegang saham. ROE merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas dari sisi ekuitas. Semakin tinggi nilai dari ROE maka kinerja perusahaan dapat dikatakan baik karena rasio yang meningkat mengartikan bahwa kinerja manajemen bagus dalam mengelola sumber dana pembiayaan operasional secara efektif untuk menghasilkan laba bersih. Menurut Helfert (2000), ROE selalu menjadi perhatian oleh para pemegang saham karena melalui rasio ini para

pemegang saham akan tahu berapa banyak keuntungan yang diperoleh sesuai dengan modal saham yang telah mereka investasikan kepada pihak manajemen. Secara teoritis, nilai ROE yang semakin bagus juga mencerminkan kinerja keuangan yang bagus pula dari perusahaan kepada para *stakeholders*-nya dan nantinya para *stakeholders* tentu akan mendorong perusahaan untuk lebih banyak memberikan kontribusi yang positif dan melaporkan segala aktivitas sosialnya secara transparan ke dalam sebuah pengungkapan CSR yang lebih detail dan lebih lengkap.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dengan proksi ROE memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Waddock and Graves (1997), Tsoutsoura (2004), Lungu and Dascalu (2011), Hartono (2011), Mulyadi dan Anwar (2012), serta Haryanto dan Yunita (2013) yang secara bersama-sama menyatakan bahwa ROE sebagai salah satu rasio profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan sehingga hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *profit* yang diperoleh perusahaan dengan proksi ROE maka akan semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian dengan hasil yang bertolak belakang dilakukan oleh Luciana *et.al* (2011), Nadiah (2013), dan Kristi (2013) yang menyimpulkan bahwa nilai profitabilitas dengan proksi ROE tidak berpengaruh terhadap banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian Kristi (2013) membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibilities* (CSR) yang didasarkan pada perbedaan luas pengungkapan CSR perusahaan-perusahaan

publik yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian Kristi (2013) menyatakan bahwa variabel profitabilitas dengan proksi ROE sebagai salah satu faktor yang dianggap berpengaruh terhadap pengungkapan CSR nyatanya tidak terbukti. Perbedaan hasil penelitian seperti apa yang telah diuraikan sebelumnya maka peneliti mencoba melakukan penelitian dengan menguji kembali pengaruh profitabilitas dengan proksi ROE terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa ROE berpengaruh positif terhadap CSR.

2.3.3 Pengaruh NPM terhadap Pengungkapan CSR

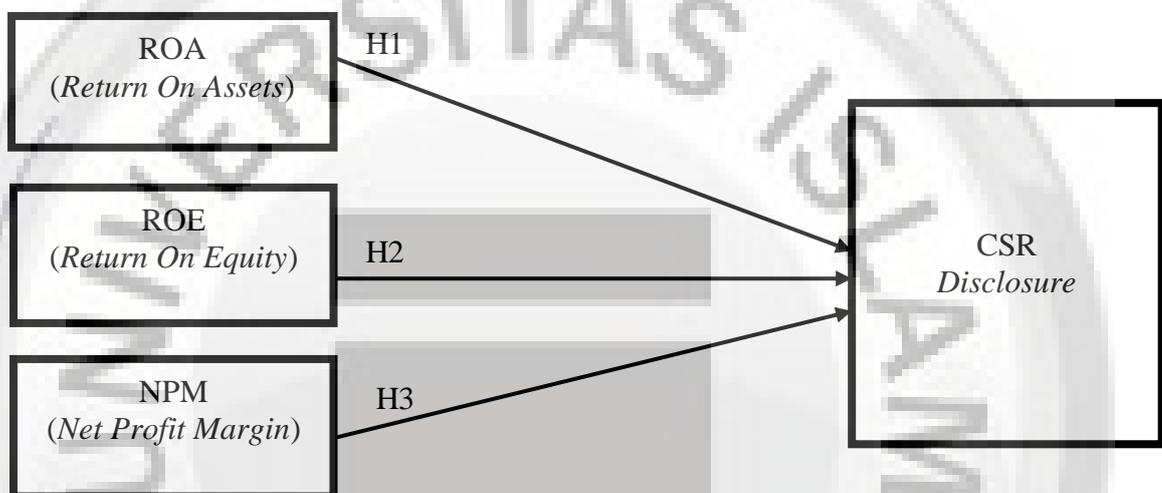
NPM merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan dengan membandingkan antara laba bersih setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan (Kasmir, 2010). Hal ini untuk menunjukkan kestabilan kesatuan untuk menghasilkan pendapatan pada tingkat penjualan. Memeriksa margin laba pada tahun sebelumnya, kita dapat menilai efisiensi operasi dan strategi penetapan harga serta status persaingan perusahaan dengan perusahaan lain. Efisiensi operasi perusahaan sangat menentukan jumlah laba yang dihasilkan karena mengukur seberapa besar dan maksimal perusahaan menggunakan sumberdaya. Margin laba yang tinggi lebih disukai karena menunjukkan bahwa perusahaan mendapat hasil yang baik melebihi harga pokok penjualan (Fahmi, 2011:136). Nilai rasio NPM yang tinggi akan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu sedangkan nilai rasio NPM yang rendah justru mencerminkan tingkat penjualan yang rendah untuk tingkat biaya tertentu dan dianggap tidak efisien. Jadi nilai NPM yang tinggi adalah suatu gambaran

terpenuhinya harapan dari perusahaan yang ingin memperoleh laba sebanyak-banyaknya. Perolehan laba yang tinggi dari perusahaan harus dibarengi dengan kesadaran perusahaan akan dampak yang seharusnya mereka berikan ketika perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya. Sehingga, perlu adanya suatu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kepada para *stakeholder* agar perusahaan tetap dalam keadaan *going concern* yang mana perusahaan didirikan bukan hanya untuk waktu yang sesaat melainkan untuk waktu yang cukup lama.

Beberapa penelitian yang menunjukkan hasil bahwa profitabilitas dengan proksi NPM nyatanya berpengaruh terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Hossain *et al.* (2006), Anugerah *et al.* (2010), Utami (2011), Wardhani (2012), serta Alikhani and Maranjory (2013) yang setuju menyatakan bahwa NPM adalah rasio profitabilitas yang berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menyimpulkan bahwa semakin tinggi nilai *profit* yang diperoleh perusahaan dengan proksi NPM maka akan semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Namun, sebaliknya hasil berbeda justru ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) yang menemukan bahwa tidak adanya pengaruh nilai profitabilitas dengan proksi NPM terhadap pengungkapan CSR. Penelitian Anggraini (2006) berkaitan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan yang menggunakan data perusahaan dari berbagai sektor di BEJ selama tahun 2000-2004. Adanya perbedaan hasil pada penelitian yang dikemukakan di atas, maka peneliti mencoba melakukan penelitian dengan menguji kembali pengaruh profitabilitas dengan

proksi NPM terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa NPM berpengaruh positif terhadap CSR.

Berdasarkan teori dan penelitian-penelitian sebelumnya maka untuk mendukung penelitian ini, dikembangkan suatu kerangka pemikiran teoritis yang dapat dilihat dalam gambar berikut ini:



Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran Teoritis

Sumber: Penelitian terdahulu yang sedang dikembangkan untuk digunakan di skripsi

2.4 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.

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah dikemukakan di atas, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₁: ROA berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

H₂: ROE berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

H₃: NPM berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

