

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik. O'Donovan (2002) dalam Nor Hadi (2011:87) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumberdaya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Gray et. al (1996) dalam Nor Hadi (2011:88) berpendapat bahwa legitimasi merupakan “*..a systems-oriented view of organization and society..permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organizations, the state, individuals and group*”.

Definisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat.

2.1.2 Teori Keagenan

Konsep teori agensi didasari pada permasalahan agensi yang muncul ketika pengurusan suatu perusahaan terpisah dari kepemilikannya. Perusahaan merupakan mekanisme yang memberikan kesempatan kepada berbagai partisipan untuk berkontribusi dalam bentuk modal, keahlian, serta tenaga kerja dalam rangka memaksimalkan keuntungan jangka panjang.

Partisipan-partisipan yang berkontribusi pada modal disebut sebagai pemilik (principal). Partisipan-partisipan yang berkontribusi dalam keahlian dan tenaga kerja disebut sebagai pengelola perusahaan (agen). Adanya dua partisipan tersebut (principal dan agen) menyebabkan timbulnya permasalahan tentang mekanisme yang harus dibentuk untuk menyelaraskan kepentingan yang berbeda diantara keduanya.

Teori keagenan ditekankan untuk mengatasi dua permasalahan yang dapat terjadi dalam hubungan keagenan (Eisenhardt, 1989 dalam Darmawati, dkk., 2005). Pertama adalah masalah keagenan yang timbul pada saat (a) keinginan atau tujuan dari principal dan agen berlawanan dan (b) merupakan suatu hal yang sulit atau mahal bagi principal untuk melakukan verifikasi tentang apa yang telah benar-benar dilakukan oleh agen. Permasalahannya adalah bahwa principal tidak dapat memverifikasi apakah agen telah melakukan sesuatu secara tepat. Kedua adalah masalah pembagian risiko yang timbul pada saat principal dan agen memiliki sikap yang berbeda terhadap risiko. Oleh karena itu dibuat kontrak yang diharapkan dapat menyelaraskan kepentingan principal dan agen.

Terjadinya konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen bertindak tidak sesuai dengan kepentingan principal, sehingga memicu biaya keagenan. Sebagai agen, manajer bertanggung jawab secara moral untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik dengan memperoleh kompensasi sesuai dengan kontrak. Dengan demikian terdapat dua kepentingan yang berbeda didalam perusahaan dimana masing-masing pihak berusaha untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendaki (Ali, 2002).

Corporate governance sangat berkaitan dengan bagaimana membuat investor yakin bahwa manajer akan memberikan keuntungan bagi mereka, yakin bahwa manajer tidak akan menggelapkan atau menginvestasikan ke dalam proyek-proyek yang tidak menguntungkan berkaitan dengan modal yang telah ditanamkan investor. Dengan kata lain yakni *corporate governance* diharapkan dapat berfungsi untuk menekan atau menurunkan biaya keagenan.

2.1.3 Teori Stakeholder

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

Batasan *stakeholder* tersebut mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder*.

Berdasar pada asumsi dasar *stakeholder theory* tersebut, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial sekitarnya. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan *going concern*. (Adam C. H, 2002 dalam Nor Hadi, 2011: 94-95).

2.1.4 Tanggung Jawab Sosial

Menurut Ricky W. Griffin dan Michael W. Pustay (2005) dalam bukunya *International Business* menyebutkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah kumpulan kewajiban organisasi untuk melindungi dan memajukan masyarakat di mana organisasi berada. Sedangkan menurut Dwi dan Maksun (2008) *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu konsep bahwa organisasi, dalam hal ini lebih dispesifikkan kepada perusahaan, memiliki sebuah tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. CSR menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi, yang

menciptakan profit demi kelangsungan usaha, tapi juga tanggung jawab sosial dan lingkungan.

William G. Nickels, James M. Mc Hugh, Susan M. Mc Hugh (2009:128) mendefinisikan Tanggung Jawab Sosial Korporat (*Corporate Social Responsibility-CSR*) sebagai perhatian yang dimiliki bisnis terhadap kesejahteraan masyarakat. Tanggung jawab ini didasarkan pada perhatian perusahaan bagi semua pemangku kepentingannya, tidak hanya pemiliknya. Mungkin akan lebih mudah untuk memahami tanggung jawab sosial jika melihat pada konsep tersebut melalui mata para pemangku kepentingan terhadap mana bisnis tersebut bertanggung jawab.

Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders* yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) juga mendefinisikan *Corporate Social Responsibility*, “*The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of worklife of workforce and their families as well as of the local community and social large*”. Definisi tersebut menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan

ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan dan keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

Menurut Nor Hadi (2011:56-58), satu terobosan besar perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dikemukakan oleh John Elkington (1997) yang terkenal dengan “*The Triple Bottom Line*” yang dimuat dalam buku “*Canibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*”. Konsep tersebut mengakui bahwa jika perusahaan ingin sustain maka perlu memperhatikan 3P, yaitu dimana bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan (*profit*), melainkan juga memberikan kesejahteraan kepada orang lain (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup bumi (*planet*). Ketiga komponen *Triple Bottom Line* ini bersifat dinamis tergantung kondisi dan tekanan sosial, politik, ekonomi dan lingkungan serta kemungkinan konflik kepentingan. Karenanya konsep *triple bottom line* menjelaskan bahwa CSR memiliki tiga elemen penting yaitu:

1. Profit

Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.

2. People

Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan

bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.

3. Planet

Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata.

2.1.5 Tata Kelola Perusahaan

Pengertian *corporate governance* menurut Turnbull Report di Inggris (April 1999) yang dikutip oleh Tsuguoki Fujinuma adalah sebagai berikut:

“Corporate governance is a company’s system of internal control, which has as its principal aim the management of risks that are significant to the fulfillment of its business objectives, with a view to safeguarding the company’s assets and enhancing over time the value of shareholders investment”.

Berdasarkan pengertian diatas, *corporate governance* didefinisikan sebagai suatu sistem pengendalian internal perusahaan yang memiliki tujuan utama mengelola risiko yang signifikan guna memenuhi tujuan bisnisnya melalui pengamanan asset perusahaan dan meningkatkan nilai investasi pemegang saham dalam jangka panjang.

Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI) dalam publikasi yang pertamanya mempergunakan definisi *Cadbury Committee* mendefinisikan *corporate governance* sebagai seperangkat aturan yang merumuskan hubungan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

antara para pemegang saham, manajer, kreditor, pemerintah, karyawan, dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya baik internal maupun eksternal sehubungan dengan hak-hak dan tanggung jawab mereka, atau sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan. Disamping itu, (FCGI) juga menjelaskan tujuan dari *Corporate Governance* adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG) mendefinisikan *corporate governance* sebagai serangkaian mekanisme untuk mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan agar operasional perusahaan berjalan sesuai dengan harapan para pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Menurut Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG), *corporate governance* didefinisikan sebagai suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan guna memberikan nilai tambah pada perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang bagi pemegang saham, dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders* lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan dan norma yang berlaku.

Terdapat beberapa prinsip dalam implementasi *good corporate governance* (GCG). Menurut pedoman umum *good corporate governance* Indonesia yang dikeluarkan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG), terdapat lima prinsip utama yang terkandung dalam *good corporate governance* yaitu:

1. Transparency (Transparansi)

Transparansi yaitu perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Dalam mewujudkan transparansi ini, perusahaan harus menyediakan informasi yang cukup, akurat dan tepat waktu kepada berbagai pihak yang berkepentingan dengan perusahaan tersebut. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur, dan pemangku kepentingan lainnya.

2. Accountability (Akuntabilitas)

Akuntabilitas yaitu perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain.

3. Responsibility (Responsibilitas)

Responsibilitas yaitu perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapatkan pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

4. Independency (Independensi)

Independensi yaitu perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.

5. Fairness (Kesetaraan)

Kesetaraan yaitu perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan.

Menurut Listyorini (2001) manfaat penerapan *corporate governance* diantaranya sebagai berikut:

1. Meningkatkan efisiensi produktivitas

Hal ini dikarenakan seluruh individu dalam perusahaan memiliki komitmen untuk memajukan perusahaan. Semua individu di perusahaan pada setiap level dan departemen akan berusaha menyumbang segenap kemampuannya untuk kepentingan perusahaan dan bukan atas dasar mencari keuntungan secara pribadi atau kelompok. Dengan demikian tidak terjadi pemborosan yang diakibatkan penggunaan sumber daya perusahaan yang dipergunakan untuk kepentingan pihak-pihak tertentu yang tidak sejalan dengan kepentingan perusahaan.

2. Meningkatkan kepercayaan publik

Publik dalam hal ini dapat berupa mitra baik sebagai investor, pemasok, pelanggan, kreditor, pemerintah maupun konsumen akhir. Bagi investor dan

kreditor penerapan *good corporate governance* adalah suatu hal yang dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pelepasan dana investasi maupun kreditnya. Jadi kreditor dan investor akan merasa lebih aman karena perusahaan dijalankan dengan prinsip yang mengutamakan kepentingan semua pihak dan bukan hanya pihak tertentu saja.

3. Menjaga kelangsungan hidup perusahaan
4. Dapat mengukur target kinerja perusahaan

Dalam hal ini manajemen lebih terarah dalam mencapai sasaran-sasaran manajemen dan tidak disibukkan untuk hal-hal yang bukan menjadi sasaran pencapaian kinerja manajemen.

Corporate Governance Perception Index (CGPI) adalah program riset dan pemeringkatan penerapan *good corporate governance* (GCG) pada perusahaan-perusahaan di Indonesia melalui perancangan riset yang mendorong perusahaan meningkatkan kualitas penerapan konsep *corporate governance* melalui perbaikan yang berkesinambungan (*continuous improvement*) dengan melaksanakan evaluasi dan *benchmarking*.

Corporate Governance Perception Index (CGPI) diselenggarakan oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG) yang bekerja sama dengan majalah SWA. Program ini menjadi program rutin tahunan yang dilaksanakan sejak tahun 2001 sebagai bentuk penghargaan terhadap inisiatif dan hasil upaya perusahaan dalam mewujudkan bisnis yang beretika dan bermartabat. Keikutsertaan program ini bersifat sukarela.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tujuan program CGPI adalah untuk merangsang perusahaan agar berlomba-lomba menerapkan *good corporate governance* demi kepentingan jangka panjang perusahaan. Disamping itu juga memberikan penghargaan kepada perusahaan agar perusahaan termotivasi melaksanakan *corporate governance* dan untuk memetakan masalah-masalah spesifik yang dihadapi perusahaan-perusahaan di Indonesia dalam menerapkan konsep *good corporate governance*.

IICG melalui program CGPI berupaya membantu perusahaan meninjau ulang pelaksanaan *corporate governance* (CG) yang telah dilakukannya dan membandingkan pelaksanaannya terhadap perusahaan-perusahaan lain. Hasil tinjauan dan perbandingan ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

- Perusahaan dapat membenahi faktor-faktor internal organisasinya yang belum sesuai dan belum mendukung terwujudnya GCG.
- Kepercayaan investor dan publik meningkat terhadap perusahaan karena adanya hasil publikasi IICG.
- Peningkatan kesadaran bersama di kalangan internal perusahaan dan stakeholders terhadap pentingnya GCG dan pengelolaan perusahaan kearah pertumbuhan yang berkelanjutan.
- Pemetaan masalah-masalah strategis yang terjadi di perusahaan dalam penerapan GCG sebagai dasar dalam pembuatan kebijakan yang diperlukan.
- CGPI dapat dijadikan sebagai indikator atau standar mutu yang ingin dicapai perusahaan dalam bentuk pengakuan dari masyarakat terhadap penerapan prinsip-prinsip GCG.

- Perwujudan komitmen dan tanggung jawab bersama serta upaya yang mendorong seluruh anggota organisasi perusahaan untuk menerapkan GCG.

Penilaian CGPI melalui empat tahapan antara lain:

a. Self-assesment

Pada tahap ini perusahaan diminta mengisi kuisisioner self-assesment seputar penerapan konsep *corporate governance* di perusahaannya.

b. Pengumpulan Dokumen Perusahaan

Pada tahap ini perusahaan diminta untuk mengumpulkan dokumen dan bukti yang mendukung penerapan *corporate governance* diperusahaannya.

c. Penyusunan Makalah dan Persentasi

Pada tahap ini perusahaan diminta untuk membuat penjelasan kegiatan perusahaan dalam menerapkan prinsip-prinsip GCG dalam bentuk makalah.

d. Observasi ke Perusahaan

Pada tahap ini dilakukan kunjungan ke lokasi perusahaan peserta untuk menelaah kepastian penerapan prinsip-prinsip GCG.

Pemeringkatan CGPI dibagi menjadi 3 kategori berdasarkan rating level yang dapat dijelaskan menurut skor sesuai dengan rating yang diperoleh. Seperti yang tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1

Kategori Pemeringkatan CGPI

Kategori	Nilai
Sangat Terpercaya	85-100
Terpercaya	70-84
Cukup Terpercaya	55-69

Sumber : IICG

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firms*), perusahaan menengah (*medium firms*) dan perusahaan kecil (*small firms*) (Suwito dan Herawaty, 2005). Perusahaan besar cenderung memiliki kelebihan dalam mengembangkan dan mengimplementasikan pengendalian internal perusahaan. Sebaliknya, perusahaan kecil memiliki kesulitan dalam mengevaluasi pengendalian internal dikarenakan belum mempunyai struktur yang formal atau struktur yang baik dalam pengendalian internal mereka.

Ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya ukuran suatu perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

aktiva suatu perusahaan maka akan semakin besar pula modal yang ditanam, semakin besar total penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat (Hilmi dan Ali, 2008).

Ukuran perusahaan juga berpengaruh terhadap struktur pendanaan dengan didasarkan pada kenyataan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka akan ada kecenderungan untuk menggunakan jumlah pinjaman yang lebih besar pula. Hal ini disebabkan karena perusahaan memiliki kebutuhan dana yang besar dan salah satu alternatif pemenuhan dana yang tersedia adalah pendanaan eksternal. Pendanaan eksternal dapat diperoleh dengan penerbitan saham, obligasi, maupun utang. Sehingga, dalam rangka pemenuhan pendanaan dana eksternal tersebut perusahaan akan lebih meningkatkan kualitas implementasi *corporate governance* dalam menjalankan perusahaannya (Erfina Kurnia Sari, 2009).

Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (\ln) dari total asset. Hal ini dikarenakan besarnya total asset masing-masing perusahaan berbeda, bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim. Untuk menghindari adanya data yang tidak normal tersebut maka data total asset perlu di \ln kan. Total aktiva digunakan sebagai proksi ukuran perusahaan dengan mempertimbangkan bahwa nilai aktiva relative lebih stabil dibandingkan dengan nilai *market capitalized* dan penjualan (Wuryatiningsih, 2002 dalam Sudarmadji, 2007).

2.1.7 Kinerja Keuangan

Kinerja merupakan gambaran dari pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Dimana salah satu tujuan penting didirikannya perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Brigham dan Houston, 2001). Menurut Dwiermayanti (2009) kinerja keuangan perusahaan adalah suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu.

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar (Fahmi, 2012:2). Sedangkan menurut Sawir (2005:1) kinerja keuangan merupakan kondisi yang mencerminkan keadaan keuangan suatu perusahaan berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya.

Pengukuran kinerja keuangan dalam perusahaan dilakukan untuk mengetahui apakah hasil yang dicapai telah sesuai dengan perencanaan. Dengan meningkatnya kinerja keuangan perusahaan berarti perusahaan dapat mencapai tujuan dari didirikannya perusahaan tersebut. Banyak indikator yang dapat digunakan dalam menganalisis kinerja keuangan perusahaan antara lain *cash flow* atau aliran dana per transaksi, profitabilitas, likuiditas, struktur keuangan dan

investasi atau rasio pemegang saham. Menurut Lukas (2008:415) rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba.

2.1.7.1 Analisis Rasio Keuangan

Menurut Agus Sartono (2001:113) yang dimaksud dengan analisa rasio keuangan adalah dasar untuk menilai dan mengarahkan prestasi operasi perusahaan. Disamping itu, analisis rasio keuangan juga dapat dipergunakan sebagai kerangka kerja perencanaan dan pengendalian keuangan.

Agar laporan keuangan yang disajikan dapat diartikan dari angka-angka yang ada di laporan keuangan, maka perlu dianalisis. Alat analisis yang dapat digunakan adalah rasio-rasio keuangan.

Rasio keuangan merupakan suatu cara yang membuat perbandingan data keuangan perusahaan sehingga menjadi berarti. Rasio keuangan menjadi dasar untuk menjawab beberapa pertanyaan penting mengenai keadaan keuangan suatu perusahaan. Dengan menganalisis laporan keuangan yang menggunakan alat-alat ukur melalui rasio keuangan, maka seorang manajer bisa mengambil keputusan mengenai keuangan perusahaan untuk masa yang akan datang. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:125) adapun jenis-jenis rasio keuangan sebagai berikut:

1. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas atau liquidity ratio atau sering juga disebut dengan nama rasio modal kerja merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuid suatu perusahaan. Caranya adalah dengan membandingkan seluruh

komponen yang ada di aktiva lancar dengan komponen di pasiva lancar (utang jangka pendek).

Rasio ini juga menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar utang-utang (kewajiban) jangka pendeknya yang jatuh tempo. Atau rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajiban/utang pada saat ditagih. Ada 4 jenis rasio likuiditas:

- **Current Ratio**

Current ratio merupakan rasio lancar mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. Dengan kata lain seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. CR dapat pula dikatakan sebagai bentuk untuk mengukur tingkat keamanan (margin of safety). Dalam praktiknya, CR 200% terkadang sudah dianggap ukuran yang memuaskan bagi perusahaan, sekalipun ukuran yang terpenting adalah rata-rata industri untuk perusahaan yang sejenis. Current rasio dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

- **Quick Ratio**

Quick ratio merupakan rasio uji cepat yang menunjukkan kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan persediaan. Hal ini disebabkan persediaan

memerlukan waktu relative lebih lama untuk diuangkan dibandingkan dengan asset lain. Quick ratio dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Quick ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar-persediaan}}{\text{Utang lancar}}$$

- Inventory to Net Working Capital

Merupakan rasio yang mengukur atau membandingkan antara jumlah persediaan yang ada dan modal kerja perusahaan. Modal kerja tersebut terdiri dari pengurangan antara aktiva lancar dan utang lancar dan biasa dinyatakan dalam decimal. Inventory to net working capital dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Inventory to NWC} = \frac{\text{Persediaan}}{\text{Aktiva lancar-Hutang Lancar}}$$

- Cash Ratio

Cash ratio merupakan alat untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Hal ini dapat ditunjukkan dari tersedianya dana kas atau yang setara dengan kas seperti rekening giro. Rasio ini menunjukkan kemampuan sesungguhnya bagi perusahaan untuk membayar utang-utang jangka pendeknya. Cash ratio dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Cash ratio} = \frac{\text{Kas}}{\text{Utang Lancar}}$$

2. Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Seperti diketahui dalam mendanai usahanya, perusahaan memiliki beberapa sumber dana. Sumber-sumber dana yang dapat diperoleh adalah sumber pinjaman atau modal sendiri. Ada 4 jenis rasio solvabilitas:

- Debt to Asset Ratio

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total hutang dan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Rasio ini biasanya dinyatakan dalam persentase. Debt to asset ratio dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

- Debt to Equity Ratio

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui perbandingan antara total utang dan modal sendiri. Rasio ini berguna untuk mengetahui seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai dari utang. Bagi bank, semakin besar rasio ini akan semakin tidak menguntungkan, karena semakin besar risiko yang ditanggung atas kegagalan yang mungkin terjadi di perusahaan, tetapi bagi perusahaan justru semakin besar rasio akan semakin baik. Debt to equity ratio dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Debt to equity ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal (equity)}}$$

- Long Term Debt to Equity Ratio

Merupakan rasio antara utang jangka panjang dan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan dan biasanya dinyatakan dalam persentase. LTDER dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{LTDER} = \frac{\text{Hutang Jangka Panjang}}{\text{Modal}}$$

- Current Liabilities to Net Worth

Merupakan rasio antara utang lancar dan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan bahwa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri. Current liabilities to net worth dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Current Liabilities to Equity} = \frac{\text{Hutang Lancar}}{\text{Modal}}$$

3. Rasio Aktivitas

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi pemanfaatan sumber daya perusahaan (penjualan, persediaan, penagihan, piutang, dan lainnya). Atau, rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Dari hasil pengukuran dengan rasio ini akan terlihat apakah perusahaan lebih efisien atau sebaliknya dalam mengelola asset yang dimilikinya. Ada 5 jenis rasio aktivitas:

- Turnover Receivable

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode. Atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode. Semakin tinggi rasio menunjukkan bahwa modal kerja yang ditanamkan dalam piutang semakin rendah (bandingkan dengan rasio tahun sebelumnya) dan tentunya kondisi ini bagi perusahaan semakin baik. Sebaliknya, jika rasio semakin rendah maka ada over-investment dalam piutang. Turnover receivable dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Piutang Rata-rata}}$$

- Inventory Turnover

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam inventory ini berputar dalam satu periode berputar dalam suatu periode. Rasio ini menunjukkan berapa kali jumlah barang persediaan diganti dalam satu tahun, semakin kecil rasio ini maka semakin jelek demikian pula sebaliknya. Inventory turnover dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Perputaran persediaan (at cost)} = \frac{\text{Harga pokok Penjualan}}{\text{Rata-rata Persediaan}}$$

$$\text{Perputaran Persediaan (at market)} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan}}$$

- Working Capital Turnover

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam modal kerja berputar dalam satu periode atau berapa penjualan yang dapat dicapai oleh setiap modal kerja yang digunakan.

Working capital turnover dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Perputaran modal kerja} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Modal kerja bersih}} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva lancar-Utang lancar}}$$

- Fixed Assets Turnover

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode. Rasio ini biasanya dinyatakan dengan desimal. Fixed assets turnover dapat dihitung

dengan rumus:

$$\text{Perputaran aktiva tetap} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap}}$$

- Asset Turnover

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur penggunaan semua aktiva perusahaan. Kemudian juga mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva dan biasanya rasio ini dinyatakan dengan desimal. Asset turnover dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Total assets turn over} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

4. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Ada 3 jenis rasio profitabilitas:

- Profit Margin

Rasio ini diukur antara profit margin dan penjualan dan diukur dalam persentase. Profit margin dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}}$$

- Return on Assets (ROA)

Merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran tentang efisiensi manajemen. Rasio ini menunjukkan hasil dari seluruh aktiva yang dikendalikannya dengan mengabaikan sumber pendanaan dan biasanya rasio ini diukur dengan persentase. Semakin kecil rasio ini, semakin tidak baik, demikian pula sebaliknya. ROA dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

- Return on Equity (ROE)

Merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini semakin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. ROE dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

2.1.8 Jenis Industri

Jenis industri merupakan berbagai macam industri yang dikelompokkan menurut kegiatan memproses atau mengelola barang yang di produksi. Industri dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, dimana klasifikasi tersebut dikeluarkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) yang termuat dalam *Fact Book*. Klasifikasi industri terdiri dari 3 kelompok sektor, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Sektor Primer (Ekstraktif)
 - Agriculture
 - Mining
2. Sektor Sekunder (Industri dan Manufaktur)
 - Basic Industry and Chemical
 - Miscellaneous Industry
 - Consumer Goods Industry
3. Sektor Tersier (Jasa)
 - Property, Real Estate and Building Construction
 - Infrastructure, Utilities, and Transportation
 - Finance
 - Trade, Services, and Investment

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Jenis industri yang terdiri dari 9 jenis kelompok industri memiliki karakteristik yang berbeda dalam hal pengungkapan antara perusahaan dalam industri yang satu dengan industri lainnya (Jessica, 2011:63).

Pendapat yang sama diungkapkan oleh Aljifri dan Hussainey (2007) yang menyatakan bahwa sektor-sektor industri yang ada akan mengadopsi kebijakan, pengukuran, dan penilaian akuntansi serta teknik pengungkapan yang berbeda dan hal ini menyebabkan terjadinya perbedaan dalam tingkat pengungkapan. Sektor industri yang berbeda juga menyebabkan perbedaan ragam dan jumlah pemangku kepentingan, sehingga perusahaan akan cenderung memenuhi kebutuhan semua pemangku kepentingan. Hal tersebut mengakibatkan terjadinya perbedaan kualitas pengungkapan antar sektor industri yang berbeda (Ferry Andriawan Pramono, 2011:35).

Lebih lanjut Sayogo (2006) menyatakan bahwa pada akhirnya perusahaan-perusahaan pada sektor industri yang sama akan memiliki pola pengungkapan yang sama.

Jenis industri yang digunakan dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis yaitu industri *high profile* dan industri *low profile* (Hackston dan Milne, 1996; Anggraeni, 2006). Perusahaan yang tergolong *high profile* adalah perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media komunikasi, kesehatan, transportasi dan pariwisata. Sedangkan perusahaan yang tergolong *low profile*

adalah industri bidang bangunan, keuangan dan perbankan, pemasok peralatan medis, retailer, tekstil dan produk tekstil serta produk personal dan rumah tangga.

Perusahaan *high profile* yaitu perusahaan yang lebih banyak mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial jika dibandingkan dengan perusahaan *low profile*. Hal ini disebabkan karena perusahaan *high profile* lebih banyak berinteraksi dengan sumber daya seperti tenaga kerja, alam dan lingkungan sekitarnya.

2.2 Pengaruh Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen

2.2.1 Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasinya akan selalu berhadapan dengan pihak *stakeholders* seperti karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen, serta masyarakat (Danu:2011). Untuk mempertahankan eksistensinya perusahaan memerlukan dukungan *stakeholders* sehingga dalam menjalankan aktivitas operasinya, perusahaan harus mempertimbangkan persetujuan dan keputusan dari pihak *stakeholders*. Semakin kuat perusahaan berhubungan dan beradaptasi dengan *stakeholders* maka perusahaan diharapkan dapat memenuhi tuntutan dari *stakeholders*, sehingga hal ini dapat meningkatkan penghasilan perusahaan.

Penelitian yang mendukung hubungan antara tanggung jawab sosial dengan kinerja keuangan perusahaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga

(2010) yang menunjukkan bahwa CSR dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat di mata masyarakat. Jadi masyarakat berkeinginan untuk membeli produk perusahaan. Semakin laku produk perusahaan di pasaran maka laba (profit) yang dapat dihasilkan perusahaan akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya profit akan dapat menarik investor, karena profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya. Hal ini secara signifikan akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

2.2.2 Pengaruh Kualitas Tata Kelola Terhadap Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan perusahaan ditentukan oleh sejauh mana keseriusan perusahaan dalam menerapkan *good corporate governance* (Diah:2008). Perusahaan yang terdaftar dalam skor pemeringkatan *corporate governance* yang dilakukan oleh IICG menandakan bahwa perusahaan telah menerapkan *corporate governance* dengan baik dan secara langsung dapat menaikkan nilai sahamnya. Semakin tinggi penerapan *corporate governance* yang diukur dengan *corporate governance perception index* semakin tinggi pula tingkat ketaatan perusahaan dan menghasilkan kinerja perusahaan yang baik.

Secara teoritis, praktik *good corporate governance* dapat meningkatkan kinerja perusahaan, mengurangi risiko yang mungkin dilakukan oleh dewan

dengan keputusan yang menguntungkan sendiri dan umumnya perusahaan yang memiliki kualitas *corporate governance* yang baik dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya yang berdampak terhadap kinerja keuangannya.

2.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Ukuran perusahaan bisa dilihat dari total asset perusahaan. Menurut Astuti dan Zuhrotun (2007), perusahaan dengan total asset yang besar mencerminkan kemampuan perusahaan. Perusahaan yang sudah mapan biasanya kondisi keuangannya juga sudah stabil. Suatu perusahaan besar dan mapan akan mudah untuk menuju ke pasar modal. Karena kemudahan untuk berhubungan dengan pasar modal maka fleksibilitas lebih besar dan tingkat kepercayaan investor juga lebih besar karena perusahaan mempunyai kinerja operasional yang lebih baik. Perusahaan besar lebih mampu menarik minat investor yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena mempunyai fleksibilitas penempatan investasi yang lebih baik. Oleh karena itu, perusahaan besar selalu menjaga stabilitas dan kondisi perusahaan dengan terus mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya.