

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Laporan Keuangan**

Laporan keuangan merupakan suatu alat pertanggungjawaban atas pengelolaan perusahaan yang berisi informasi mengenai posisi keuangan dan kinerja arus kas pada saat tertentu dan informasi kinerja perusahaan pada periode tertentu. Suatu perusahaan dapat mengetahui posisi keuangan serta hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan tersebut dari laporan keuangan yang telah dibuatnya.

##### **2.1.1.1 Pengertian Laporan Keuangan**

Pengertian laporan keuangan menurut Weygant (2008:2) adalah:

“Laporan keuangan merupakan sarana pengkomunikasian informasi keuangan utama kepada pihak-pihak diluar perusahaan”.

Sedangkan pengertian Laporan keuangan menurut Baridwan (2004:17) adalah:

“Laporan keuangan merupakan ringkasan dari suatu proses pencatatan, merupakan suatu ringkasan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku yang bersangkutan”.

Menurut Hanafi dan Halim, (2011:63) laporan keuangan adalah:

“Laporan yang diharapkan bisa memberikan informasi mengenai perusahaan, dan digabungkan dengan informasi yang lain, seperti industri, kondisi ekonomi, bisa memberikan gambaran yang lebih baik mengenai prospek dan risiko perusahaan”.

Sedangkan menurut Harahap (2004:205), laporan keuangan adalah:

“Output dan hasil akhir dari proses akuntansi. Laporan keuangan inilah yang akan menjadi bahan informasi bagi para pemakainya sebagai salah satu bahan dalam proses pengambilan keputusan. Disamping sebagai informasi laporan keuangan juga sebagai pertanggungjawaban atau *accountability*, sekaligus menggambarkan indicator kesuksesan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya”.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pada umumnya laporan keuangan itu terdiri atas neraca dan perhitungan laba rugi serta laporan pertumbuhan modal, dimana neraca menunjukkan jumlah aktiva, hutang dan modal dalam suatu perusahaan pada tanggal tertentu.

### **2.1.1.2 Tujuan Laporan Keuangan**

Menurut Harahap (2004:70) adalah:

“Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi”.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2012:121) tujuan laporan akuntansi adalah:

“Menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja dan perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi”.

Menurut Skousen yang dialih bahasakan oleh Ali Akbar (2009:27) Tujuan pelaporan akuntansi keuangan yang utama yang disebutkan dalam kerangka konseptual adalah:

- “1.Kegunaan
- 2.Dapat dimengerti
- 3.Target pembaca: investor dan kreditor
- 4.Penilaian terhadap arus kas masa yang akan datang
- 5.Evaluasi sumber daya ekonomi
- 6.Fokus pada laba”.

Hal tersebut berarti bahwa laporan keuangan diterbitkan suatu perusahaan, yang digunakan oleh pemakai eksternal dalam menilai kinerja dan meramalkan kemampuan serta tingkat pertumbuhan perusahaan dalam aspek-aspek ekonomi yang dengan cara mengadakan interpretasi atau analisis terhadap laporan keuangan.

Laporan keuangan disusun untuk memberikan gambaran atau laporan keuangan (*progres report*) secara periodik yang dilakukan oleh pihak manajemen yang bersifat historis dan menyeluruh. Laporan keuangan disusun setiap akhir tahun periode akuntansi, yaitu triwulan, semester atau tahunan. Hal tersebut disesuaikan dengan kebutuhan dan kebijakan oleh perusahaan yang bersangkutan.

### 2.1.1.3 Pemakai Laporan Keuangan

Menurut Stice Skousen yang dialihbahasakan oleh Ali Akbar (2009:10) pemakai laporan keuangan adalah:

“Semua pihak yang berkepentingan dengan kesehatan keuangan suatu perusahaan disebut dengan pengaku kepentingan (*stakeholders*). Pemangku kepentingan yang menggunakan informasi akuntansi biasanya dapat dibedakan menjadi dua klasifikasi:

1. Pemakai Internal, yaitu pengambilan keputusan secara langsung berpengaruh terhadap kegiatan internal perusahaan. Pemangku kepentingan internal yaitu dewan direksi, manajemen, karyawan
2. Pemakai Eksternal, pengambilan keputusan yang berkaitan dengan hubungan mereka dengan perusahaan. Pemangku kepentingan eksternal yaitu investor, masyarakat, pemasok, kreditur, pelanggan, analis, pemerintah”.

### 2.1.1.4 Komponen Laporan Keuangan

Dalam SAK No.1 (2012:4) mengenai penyajian laporan keuangan yaitu laporan keuangan yang lengkap terdiri dari komponen-komponen berikut ini:

1. Laporan posisi keuangan (neraca) pada akhir periode
2. Laporan laba rugi komprehensif selama periode
3. Laporan perubahan ekuitas selama periode
4. Laporan arus kas selama periode
5. Catatan atas laporan keuangan, berisi ringkasan kebijakan akuntansi penting dan informasi penjelasan lain
6. Laporan posisi keuangan pada awal periode komparatif yang disajikan ketika entitas menerapkan suatu kebijakan akuntansi secara retrospektif atau membuat penyajian kembali pos-pos laporan keuangan atau ketika entitas mereklasifikasi pos-pos dalam laporan keuangannya.

### 2.1.1.5 Keterbatasan Laporan Keuangan

Menurut Munawir (2010:09) keterbatasan laporan keuangan diantaranya:

1. Laporan keuangan yang dibuat secara periodik pada dasarnya merupakan interim report (laporan yang dibuat antara waktu yang sifatnya sementara) dan bukan merupakan laporan yang final.

2. Laporan keuangan menunjukkan angka dalam rupiah yang kelihatannya bersifat pasti dan tepat, tetapi sebenarnya dengan standar nilai yang mungkin berbeda atau berubah-ubah.
3. Laporan keuangan disusun berdasarkan hasil pencatatan transaksi keuangan atau nilai rupiah dari berbagai waktu atau tanggal yang lalu dimana daya beli (*purchasing power*) uang tersebut menurun, dibanding dengan tahun-tahun sebelumnya, sehingga kenaikan volume penjualan yang dinyatakan dalam rupiah belum tentu menunjukkan atau mencerminkan unit yang dijual semakin besar, mungkin kenaikan tersebut disebabkan naiknya harga jual barang tersebut yang mungkin juga diikuti kenaikan harga-harga.
4. Laporan keuangan tidak dapat mencerminkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi posisi atau keadaan keuangan perusahaan karena faktor-faktor tersebut tidak dapat dinyatakan dengan suatu uang.

## 2.1.2 *Corporate Social Responsibility*

### 2.1.2.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Untung (2008:1) mendefinisikan *corporate social responsibility* ,

yaitu:

*Corporate social responsibility* sebagai komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Menurut Anggraini (2006) pertanggung jawaban sosial perusahaan atau

*Corporate Social Responsibility (CSR)*, yaitu:

Pertanggung jawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah 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.

Dalam Siddik (2009) mengungkapkan pengertian *corporate social responsibility*, yaitu:

“*Corporate social responsibility* adalah kewajiban yang dimiliki oleh perusahaan pada para *stakeholder*-nya yang dapat mempengaruhi hubungan masyarakat yang dipengaruhi oleh kebijakan dan bagaimana perusahaan beroperasi. Kewajiban ini melampaui ketentuan hukum dan tugas-tugas *stakeholder* perusahaan, dan pemenuhannya yang dimaksudkan untuk memperkecil pengaruh negatif dan memaksimalkan pengaruh perusahaan yang menguntungkan masyarakat.”

Dari beragam definisi CSR, ada satu kesamaan bahwa CSR tak bisa lepas dari kepentingan *shareholder* dan *stakeholder* perusahaan. Mereka adalah pemilik perusahaan, karyawan, masyarakat, negara, dan lingkungan. Maksudnya, tujuan CSR harus mampu meningkatkan laba perusahaan, mensejahterakan karyawan dan masyarakat, sekaligus meningkatkan kualitas lingkungan.

#### **2.1.2.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility***

Manfaat *corporate social responsibility* bagi perusahaan menurut Untung (2008:6) sebagai berikut:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merk perusahaan.
2. Mendapat lisensi untuk beroperasi secara sosial.
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
9. Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan.
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

Menurut Untung(2008) secara umum terbagi dalam tiga indikator utama yaitu:

1. Ekonomi maksudnya adalah pertumbuhan ekonomi ditunjukan untuk kesejahteraan semua anggota masyarakat, dapat dicapai melalui teknologi inovatif yang berdampak terhadap lingkungan.

2. Lingkungan maksudnya etika lingkungan yang menjadi pedoman hidup masyarakat, sehingga mereka selalu mengupayakan kelestarian dan keseimbangan lingkungan, konservasi sumberdaya alam, dan mengutamakan peningkatan kualitas hidup.
3. Sosial maksudnya adalah keadilan dan kesetaraan akses terhadap sumber daya alam, dan pelayanan publik.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

### **2.1.2.3 Konsep *Corporate Social Responsibility***

Konsep CSR yang diakomodasi dalam Undang-undang Perseroan terbatas (UU PT) pasal 74 nomor 40 tahun 2007 berbunyi sebagai berikut:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

#### **2.1.2.4 Kategori Perusahaan dalam Melaksanakan CSR**

Menurut Suharto (2007) berkaitan dengan pelaksanaan CSR, perusahaan bisa dikelompokkan kedalam beberapa kategori. Meskipun cenderung menyederhanakan realitas, tipologi ini menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan CSR. Pengategorian dapat memotivasi perusahaan dalam mengembangkan program CSR. Dapat pula dijadikan cermin dan guideline untuk menentukan model CSR yang tepat. Dengan menggunakan dua pendekatan, sedikitnya ada delapan kategori perusahaan. Perusahaan ideal memiliki kategori reformis dan progresif. Tentu saja, dalam kenyataannya, kategori ini bisa saja saling bertautan.

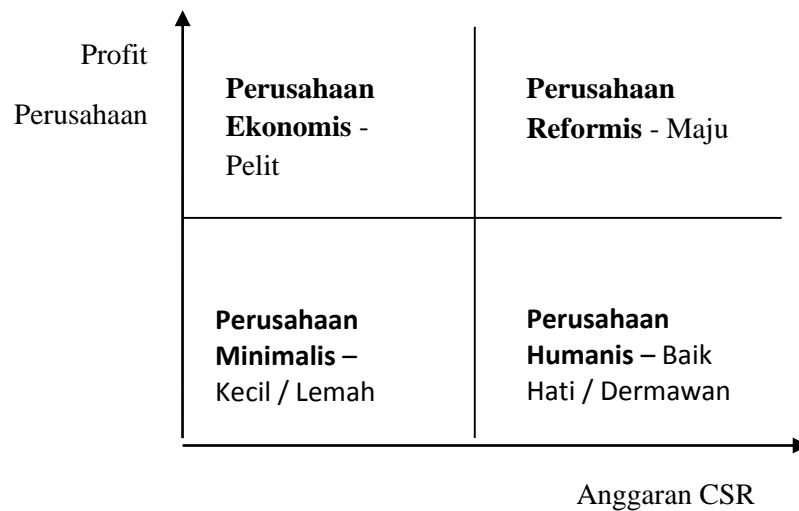
Suharto (2007) mengategorikan CSR dalam beberapa kategori, yaitu:

1. Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR:
  - a. Perusahaan Minimalis. Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang rendah. Perusahaan kecil dan lemah biasanya termasuk kategori ini.
  - b. Perusahaan Ekonomis. Perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi, namun anggaran CSR-nya rendah. Perusahaan besar, namun pelit.
  - c. Perusahaan Humanis. Meskipun profit perusahaan rendah, proporsi anggaran CSRnya relatif tinggi. Disebut perusahaan dermawan atau baik hati.
  - d. Perusahaan Reformis. Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang tinggi. Perusahaan seperti ini memandang CSR bukan sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk lebih maju.



Gambar 2.1

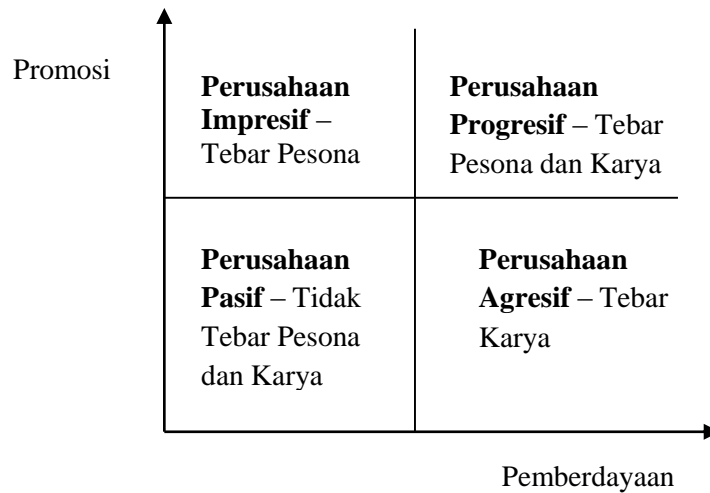
### Kategori Perusahaan Berdasarkan Profit Perusahaan dan Anggaran CSR



2. Berdasarkan tujuan CSR: apakah untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat:
  - a. Perusahaan Pasif. Perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan jelas: bukan untuk promosi, bukan pula untuk pemberdayaan. Sekadar melakukan kegiatan karitatif. Perusahaan seperti ini melihat promosi dan CSR sebagai hal yang kurang bermanfaat bagi perusahaan.
  - b. Perusahaan Impresif. CSR lebih diutamakan untuk promosi daripada untuk pemberdayaan. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan "tebar pesona" ketimbang "tebar karya".
  - c. Perusahaan Agresif. CSR lebih ditujukan untuk pemberdayaan ketimbang promosi. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan karya nyata ketimbang tebar pesona.
  - d. Perusahaan Progresif. Perusahaan menerapkan CSR untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan CSR dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu-sama lain bagi kemajuan perusahaan.

Gambar 2.2

## Kategori Perusahaan berdasarkan Tujuan CSR



### 2.1.2.5 Faktor yang Mempengaruhi Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Menurut Untung (2008:11) ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi *Corporate Social Responsibility*, yaitu :

1. Menyangkut *human capital* atau pemberdayaan manusia.
2. *Environments* yang berbicara tentang lingkungan.
3. *Good Corporate Governance* yaitu mekanisme bagaimana sumber daya perusahaan dialokasikan menurut aturan hak dan kuasa.
4. *Social cohesion*, artinya dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial.
5. *Economic strength* atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi.

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan publik, apabila dilihat dari investor global yang memiliki idealisme tertentu, dengan aktivitas *Corporate Social Responsibility*, saham perusahaan dapat lebih bernilai.

Investor akan rela membayar mahal karena kita membicarakan tentang *sustainability* dan *acceptability*. Sebab itu terkait dengan risiko bagi investor. Investor menyumbangkan *social responsibility* dalam bentuk premium nilai saham. Itu sebabnya ada pembahasan tentang *corporate social responsibility* pada *annual report*, karena investor ingin bersosial dengan membayar saham perusahaan secara premium. Kalau perusahaan anda tergolong *high-risk* investor akan menghindar. Jadi, dari uraian tersebut tampak bahwa faktor yang mempengaruhi implementasi *corporate social responsibility* adalah komitmen pemimpin perusahaan, ukuran dan kematangan perusahaan serta regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah.

#### **2.1.2.6 Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Menurut Kuntari dan Sulistyani (2007), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja

sosial, yaitu :

##### **1. Pemeriksaan Sosial (*Social Audit*)**

Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi operasi yang dilakukan perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial, lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.

## 2. Laporan Sosial (*Social Report*)

Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademis dan praktisioner. Pendekatan-pendekatan yang dapat dipakai oleh perusahaan untuk melaporkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosialnya ini dirangkum oleh Dilley dan Weygandt menjadi empat kelompok sebagai berikut (Henry dan Murtanto, 2001 dalam Kuntari dan Sulistyani, 2007) :

### a. *Inventory Approach*

Perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.

### b. *Cost Approach*

Perusahaan membuat daftar aktivitas-aktivitas sosial perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing-masing aktivitas tersebut.

### c. *Program Management Approach*

Perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosial tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan itu.

### d. *Cost Benefit Approach*

Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah adanya kesulitan dalam mengukur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan oleh perusahaan terhadap masyarakat.

### 3. Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan (*Disclosure In Annual Report*)

Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim/laporan sementara, prospektus, pengumuman kepada bursa efek atau melalui media masa. Perusahaan cenderung untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut. Gray, et al., dalam Florence, et al., 2004 menyebutkan ada tiga studi, yaitu :

#### a. *Decision Usefulness Studies*

Belkaoui (1989) dalam Anggraini (2006) mengemukakan bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan keuangan. Sebagian dari studi-studi yang dilakukan oleh para peneliti yang mengemukakan pendapat ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan. Para analis, banker dan pihak lain yang dilibatkan dalam penelitian tersebut diminta untuk melakukan pemeringkatan terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional yang telah dinilai selama ini, namun juga informasi yang lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi. Mereka menempatkan informasi aktivitas sosial perusahaan pada posisi yang *moderately important*.

#### b. *Economic Theory Studies*

Studi ini menggunakan *agency theory* dimana menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Lazimnya, prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau tradisional users lain. Namun, pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik.

### c. *Social and Political Theory Studies*

Studi di bidang ini menggunakan teori stakeholder, teori legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik. Teori stakeholder mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para stakeholder.

Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat voluntary (sukarela), unaudit (belum diaudit), dan unregulated (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu). Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa Corporate Social Responsibility terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan dalam penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (Global Reporting Initiative). Global Reporting Initiative (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)). Daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI juga pernah digunakan oleh Dahli dan Siregar (2008), peneliti ini menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu : ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan produk. Indikator indikator yang terdapat di dalam GRI yang digunakan dalam penelitian yaitu :

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)

## 6. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

Untuk penelitian ini indikator yang digunakan yaitu indikator kinerja ekonomi, lingkungan, sosial, kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, dan produk. Indikator GRI ini dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan di dunia. Rincian untuk indikator pengungkapan sosial dapat dilihat sebagai berikut.

**Tabel 2.1**

### **Indeks Pengungkapan CSR Berdasarkan GRI Indikator**

INDIKATOR KINERJA	ASPEK
EKONOMI	<b>Aspek: Kinerja Ekonomi</b>
	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.
	Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
	Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
	Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.
EKONOMI	<b>Aspek : Kehadiran Pasar</b>
	Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.
	Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.
	Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.
	<b>Aspek: Dampak Ekonomi Tidak Langsung</b>
Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau pro bono.	

	Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.
LINGKUNGAN	<b>Aspek: Material</b>
	Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.
	Persentase Penggunaan Bahan Daur Ulang.
	Aspek: Energi
	Penggunaan Energi Langsung dari Sumberdaya Energi Primer.
	Pemakaian Energi Tidak Langsung berdasarkan Sumber Primer.
	Penghematan Energi melalui Konservasi dan Peningkatan Efisiensi.
	Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbarui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut.
	Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.
	<b>Aspek: Air</b>
	Total pengambilan air per sumber.
	Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.
	Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang.
	<b>Aspek Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati)</b>
	Lokasi dan Ukuran Tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang diproteksi (dilindungi?) atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi.
	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).
	Perlindungan dan Pemulihan Habitat.



LINGKUNGAN	Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.
	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.
	<b>Aspek: Emisi, Efluen dan Limbah</b>
	Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.
	Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya dirinci berdasarkan berat.
	Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya.
	Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (ozone-depleting substances/ODS) dirinci berdasarkan berat.
	NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> dan emisi udara signifikan lainnya yang dirinci berdasarkan jenis dan berat.
	Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan.
	Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan.
	Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan.
	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.
	Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor.
	<b>Aspek: Produk dan Jasa</b>
	Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
	Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.
	<b>Aspek: Kepatuhan</b>
	Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.

LINGKUNGAN	Aspek: Pengangkutan/Transportasi
	Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.
	<b>Aspek: Menyeluruh</b>
	Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan
TENAGA KERJA	<b>Aspek: Pekerjaan</b>
	Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.
	Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.
	Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.
	<b>Aspek: Tenaga kerja / Hubungan Manajemen</b>
	Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.
	Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.
	<b>Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Jabatan</b>
	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.
	Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.
	Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.
	Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.
	<b>Aspek: Pelatihan dan Pendidikan</b>
	Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut

TENAGA KERJA	kategori/kelompok karyawan.
	Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menjangkau kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.
	Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.
	<b>Aspek: Keberagaman dan Kesempatan Setara</b>
	Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan
	keanekaragaman indikator lain.
	Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.
HAK ASASI MANUSIA	<b>Aspek : Praktek Investasi dan Pengadaan</b>
	Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/ filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.
	Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/ filtrasi atas aspek HAM.
	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.
	<b>Aspek: Nondiskriminasi</b>
	Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan.
	<b>Aspek: Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul</b>
	Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diidentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
	<b>Aspek: Pekerja Anak</b>
Kegiatan yang diidentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.	

HAK ASASI MANUSIA	<b>Aspek: Kerja Paksa dan Kerja Wajib</b>
	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.
	<b>Aspek: Praktek/Tindakan Pengamanan</b>
	Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi.
SOSIAL	<b>Aspek: Hak Penduduk Asli</b>
	Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.
	<b>Aspek: Komunitas</b>
	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.
	<b>Aspek: Korupsi</b>
	Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.
	Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.
	Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
	<b>Aspek: Kebijakan Publik</b>
	Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.
SOSIAL	Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
	<b>Aspek: Kelakuan Tidak Bersaing</b>
	Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.
	<b>Aspek: Kepatuhan</b>
Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.	
	<b>Aspek: Kesehatan dan Keamanan Pelanggan</b>

PRODUK	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.
	Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.
	<b>Aspek: Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa</b>
	Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.
	Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.
	<b>Aspek: Komunikasi Pemasaran</b>
	Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan voluntary codes yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship.
	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.
	<b>Aspek: Keleluasaan Pribadi (privacy) Pelanggan</b>
	Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (privacy) pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
	<b>Aspek: Kepatuhan</b>
Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa. Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.	

### 2.1.1.7 Metode Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Untuk menghitung *corporate social responsibility* menggunakan pendekatan yang telah digunakan oleh Haniffa (2005), yaitu setiap item pengungkapan *corporate social responsibility* dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut:

$$CSRI_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

$CSRI_{ij}$  = Corporate Social Responsibility index perusahaan j tahun i

$\sum X_{ij}$  = Jumlah item diungkapkan perusahaan

$N_j$  = Jumlah item perusahaan j,  $N_j \leq 79$

### 2.1.3 Nilai Perusahaan

#### 2.1.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan ini digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau para memegang saham (Brigham,2010:7). Memaksimalkan nilai pasar perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham.

Menurut Husnan (2006:6) nilai perusahaan adalah:

“Harga yang harus dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual”.

Menurut Mahendra (2011) nilai perusahaan adalah:

“Nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu nisnis yang beroperasi, adanya kelebihan jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu”.

Sedangkan Wahyudi dan Pawestri (2006) yang dikutip oleh Noor Laila (2011) adalah:

“Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga saham dari pasar perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga akan meningkatkan harga saham maka nilai perusahaan pun akan meningkat”.

Dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham.

Menurut Sudana (2011:8) Tujuan normatif suatu perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi para pemegang saham, yang dalam jangka pendek bagi perusahaan *go public* tercermin pada harga pasar saham

perusahaan yang bersangkutan di pasar modal. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan karena:

- a. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham dimasa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang.
- b. Mempertimbangkan faktor resiko.
- c. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas dari pada sekedar laba menurut pengertian akuntansi.
- d. Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial.

### 2.1.3.2 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Rasio ini mengaitkan total kapitalisasi pasar perusahaan dengan dana para pemegang saham. Rasio ini membandingkan nilai pasar saham dengan investasi para pemegang saham dalam perusahaan.

Menurut Brigham (2010:151) rasio harga pasar suatu saham terhadap nilai bukunya memberikan indikasi pandangan investor atas perusahaan. Perusahaan dipandang baik oleh investor artinya perusahaan dengan laba dan arus kas yang aman serta terus mengalami pertumbuhan.

$$\begin{aligned}
 \text{Price Book Value (PBV)} &= \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Nilai Buku per lembar saham}} \\
 &= \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Ekuitas biasa/ jumlah saham beredar}}
 \end{aligned}$$



$$\text{Price Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Nilai Buku per lembar saham}}$$

(Brigham dan Houston,2006:95)

Rasio ini mengukur penilaian pasar keuangan terhadap manajemen dan organisasi perusahaan selagi going concern. Nilai buku saham mencerminkan nilai historis dari aktiva perusahaan. Perusahaan yang dikelola dengan baik dan beroperasi secara efisien dapat memiliki nilai pasar yang lebih tinggi dari pada nilai buku asetnya. (I Made Sudana 2011: 24). price book value mengaitkan total kapitalisasi pasar perusahaan dengan dana para pemegang saham. Rasio ini membandingkan nilai di pasar saham dalam perusahaan. Rasio ini merupakan persepsi para investor tentang kinerja perusahaan dilihat dari laba, kekuatan neraca, likuiditas, dan pertumbuhan.

## **2.1.4 Profitabilitas**

### **2.1.4.1 Pengertian Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. (Kasmir,2010 :115). Laba merupakan ringkasan hasil bersih aktivitas operasi usaha dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan. Laba ditugaskan untuk menyediakan baik pengukuran perubahan kekayaan pemegang saham selama periode maupun mengestimasi laba usaha sekarang, yaitu sampai sejauh mana

perusahaan dapat menutupi biaya operasi dan menghasilkan pengembalian kepada pemegang saham sehingga laba dikatakan sebagai indikator profitabilitas perusahaan. Laba merupakan satu-satunya faktor penentu perubahan nilai saham yang menunjukkan prospek perusahaan dimasa yang akan datang. (Subramayam, 2010:143).

#### **2.1.4.2 Definisi Profitabilitas**

Menurut Brigham dan Houston (2010:146) Definisi profitabilitas adalah sebagai berikut :

“Profitabilitas adalah Sekelompok rasio yang menunjukkan kombinasi dari pengaruh likuiditas, manajemen asset dan utang pada hasil operasi”.

Sedangkan Fahmi (2011:168) menyatakan profitabilitas sebagai berikut :

“Profitabilitas mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan dengan penjualan maupun investasi”.

Berdasarkan kedua definisi tersebut di atas menunjukkan bahwa profitabilitas merupakan perhitungan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas dimaksudkan untuk mengukur efisiensi pengguna aktiva perusahaan (atau mungkin sekelompok aktiva perusahaan) mungkin juga efisiensi ingin dikaitkan dengan penjualan yang berhasil diciptakan. (Suad Husnan,2006). Oleh karena itu, profitabilitas ini dapat memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan.

### 2.1.4.3 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Manfaat rasio profitabilitas tidak terbatas hanya pada pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak luar perusahaan, terutama pihak – pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Menurut Kasmir (2012:197) Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

- a. untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.
- b. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
- f. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Sementara itu manfaat yang diperoleh adalah untuk :

- a. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- b. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.

- e. Mengetahui besarnya produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

#### 2.1.4.4 Metode Pengukuran Profitabilitas

Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini dapat juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh adanya laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi.

Menurut Harahap (2004:304), rasio-rasio yang termasuk dalam rasio profitabilitas adalah:

- a. *Margin Laba (Profit Margin)* = Pendapatan bersih / Penjualan
- b. *Aset Turn Over* = Penjualan bersih / Total Aktiva
- c. *Return On Equity* = Laba bersih / Rata-rata modal (equity)
- d. *Return On Total Asset* = Laba bersih / Rata-rata total asset
- e. *Basic Earning Power* = Laba sebelum bunga dan pajak / Total aktiva
- f. *Earning Per Share* = Laba bagian saham bersangkutan / Jumlah saham
- g. *Contribution Margin* = Laba kotor / Penjualan

Sedangkan menurut Agus Sartono (2008:123), rasio-rasio yang termasuk dalam rasio profitabilitas adalah:

$$a. \text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

*Gross profit margin* merupakan rasio profitabilitas yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

$$b. \text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

*Net profit margin* adalah rasio profitabilitas yang menghitung sejauh mana perusahaan dalam menghasilkan laba setelah dipotong pajak dan bunga dari penjualan yang dilakukan. Semakin tinggi net profit margin, maka makin baik profitabilitas suatu perusahaan.

$$c. \textit{Return On Asset} = \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

Return on asset (ROA) menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan income dari pengelolaan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Rasio ini menunjukkan seberapa besar efektivitas perusahaan dalam menggunakan asetnya. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin efektif penggunaan aktiva tersebut.

$$d. \textit{Return On Equity} = \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Modal sendiri}}$$

Return on equity (ROE) menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk mendapatkan net income yang tersedia bagi pemegang saham. Semakin tinggi return adalah semakin baik karena berarti dividen yang dibagikan atau ditanamkan kembali sebagai retained earning juga akan makin besar.

$$e. \textit{Profit margin} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Penjualan}}$$

Profit margin adalah rasio yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebelum adanya pajak dan bunga dari penjualan yang dilakukan. Rasio ini menggambarkan apa yang biasanya disebut “pure profit” yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan.

Profitabilitas merupakan variabel moderating dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan ROA (*Return On Assets*) yang didapat dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur selama periode penelitian. Rasio ini menunjukkan seberapa besar efektivitas perusahaan dalam menggunakan asetnya. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin efektif penggunaan aktiva tersebut. Menurut Sartono (2008:123) ROA menunjukkan perbandingan laba bersih setelah pajak dan total aktiva.

#### **2.1.4.5 Return On Asset**

Menurut Dendawijaya (2005:120) profitabilitas atau disebut dengan rentabilitas adalah:

“Kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Profitabilitas pada bank diukur dengan ROA yang mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan”.

ROA sendiri merupakan rasio yang digunakan mengukur kemampuan bank menghasilkan keuntungan secara relatif dibandingkan dengan total asetnya.

Pengertian *Return On Assets* (ROA) menurut Kasmir (2010:115) adalah sebagai berikut:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukura tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan”

Pengertian *Return On Assets* (ROA) menurut Riyadi (2006:156) adalah sebagai berikut :

“*Return On Assets* adalah rasio profitabilitas yang menunjukkan perbandingan antara laba (sebelum pajak) dengan total asset bank. Rasio ini menggambarkan tingkat efisiensi pengelolaan aset yang dilakukan oleh yang bersangkutan”

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang tertentu. ROA merupakan perkalian antara *Net Profit Margin* dengan perputaran aktiva. *Net Profit Margin* menunjukkan kemampuan memperoleh laba dari setiap penjualan yang diciptakan oleh perusahaan. Sedangkan perputaran aktiva menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan penjualan dari aktiva yang dimilikinya. Apabila kedua faktor itu meningkat maka ROA juga akan meningkat. Apabila ROA meningkat maka profitabilitas perusahaan meningkat sehingga dampak akhirnya adalah peningkatan profitabilitas yang dinikmati oleh pemegang saham.

Rumus Profitabilitas :

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

### **2.2.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.**

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai keunggulan kompetitif

perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negative melalui penurunan harga saham (Luciana S. Amalia dan Wijayanto, 2007).

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor. Dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. .( Rika Nurlela dan Islahuddin 2008)

Pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang go public telah terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori high profile. Artinya bahwa investor sudah mulai merespon dengan baik informasi - informasi sosial yang disajikan perusahaan dalam laporan



tahunan. Semakin luas pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan ternyata memberikan pengaruh terhadap volume perdagangan saham perusahaan dimana terjadi lonjakan perdagangan pada seputar publikasi laporan tahunan sehingga meningkatkan nilai perusahaan. ( Laras dan Basuki 2012).

### **2.2.2 Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan**

semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. (Rimba 2010)

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menciptakan laba dalam suatu perioda tertentu. Kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba akan dapat menarik minat investor untuk berinvestasi ke dalam perusahaan tersebut. Begitu pula sebaliknya, apabila tingkat profitabilitas perusahaan tersebut rendah akan menyebabkan investor enggan berinvestasi lebih pada perusahaan tersebut. Profitabilitas juga penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik di masa depan atau tidak.

Pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja lingkungan, sosial dan ekonomi. Semakin baik kinerja perusahaan, maka nilai perusahaan pun

akan meningkat. Peningkatan nilai perusahaan ini dikarenakan investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang ramah lingkungan.. (Anggraini, 2006)

Berdasarkan kerangka pemikiran dan juga didasari oleh penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dari penelitian sebelumnya yang bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating.

**Tabel 2.2**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

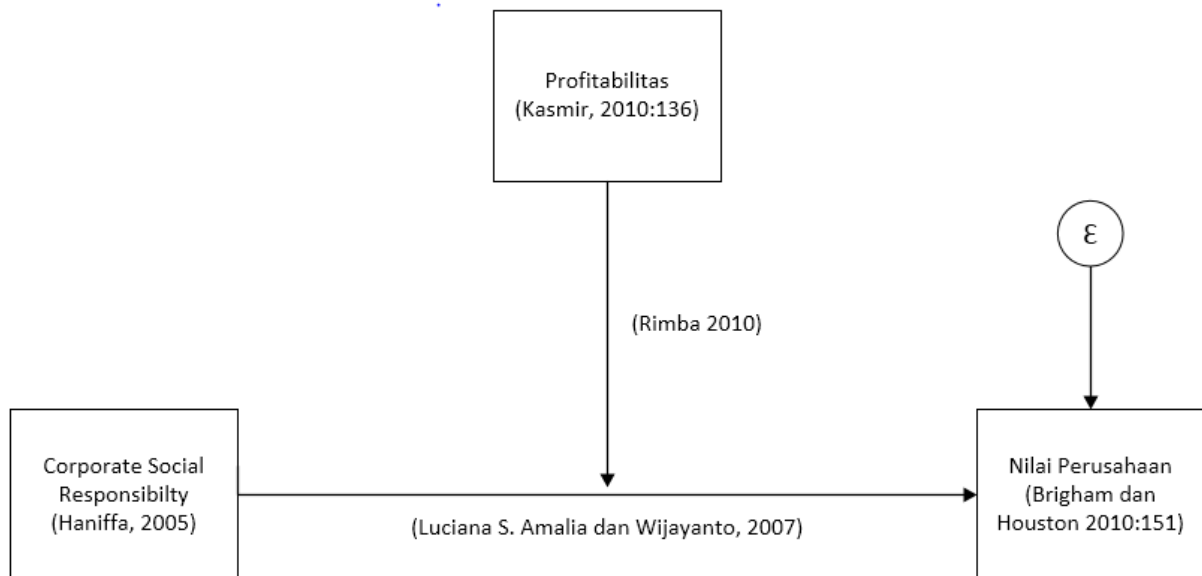
No	Peneliti	Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Rimba Kusumadilaga	2010	Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah <i>corporate social responsibility</i> . Variabel	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi

			moderating dalam penelitian ini adalah profitabilitas.	hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.
2	Rika Nurlela dan Islahuddin	2008	Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah <i>corporate social responsibility</i> . Variabel moderating dalam penelitian ini adalah kepemilikan manajemen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility, prosentase kepemilikan, serta interaksi antara Corporate Social Responsibility dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Katiya Nahda dan D. Agus Harjito	2011	Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai	<i>Corporate Social Responsibility</i> secara signifikan

			<p>perusahaan.</p> <p>Variabel independen dalam penelitian ini adalah <i>corporate social responsibility</i>.</p> <p>Variabel moderating dalam penelitian ini adalah <i>corporate governance</i>.</p>	<p>berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. <i>Good Coporate Governence</i> sebagai variabel moderating secara signifikan berpengaruh terhadap hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.</p>
--	--	--	---	--

Berdasarkan kerangka pemikiran dan juga didasari oleh penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dari penelitian sebelumnya yang bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating.

Dari kerangka pemikiran diatas yang telah dikemukakan sebelumnya dan telaah pustaka, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat digambarkan melalui suatu paradigma penelitian sebagai berikut:



**Gaambar 2.3**

### **Kerangka Pemikiran**

#### **2.3 Hipotesis**

Hipotesis menurut Sugiyono (2012:93) merupakan jawaban sementara mengenai suatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris untuk mengetahui apakah pernyataan atau dugaan jawaban itu dapat diterima atau tidak.

Berdasarkan dari tinjauan pustaka, tinjauan penelitian sebelumnya, dan kerangka pemikiran yang penulis uraikan diatas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan.
2. Profitabilitas dapat memoderasi pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan.