

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

#### 2.1 Kajian Pustaka

##### 2.1.1 Dewan Komisaris Independen

Krisis moneter yang berkepanjangan dapat memicu terjadinya krisis ekonomi, atau bahkan meluas menjadi krisis politik yang pada akhirnya menjadi krisis kepercayaan. Dampak krisis moneter akan mempengaruhi kinerja pelaku-pelaku ekonomi dan masyarakat. Pada sektor pelaku ekonomi, menunjukkan kinerja yang rendah, sehingga tidak mampu memberi kontribusi secara optimal, baik untuk kepentingan pemilik, *stakeholders*, karyawan, masyarakat maupun pihak terkait lainnya.

Para pelaku ekonomi yang tidak memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional, bahkan kondisi internal perusahaan masuk dalam kualifikasi tidak sehat. Berdasarkan kondisi tersebut, maka salah satu strategi dalam mencari solusi yang sampai saat ini sedang aktual, yaitu memberdayakan korporasi, baik perusahaan milik pemerintah maupun swasta melalui implementasi *good corporate governance* secara nyata.

Pentingnya implementasi *good corporate governance* menjadi sebuah keharusan unsur-unsur didalamnya juga menjadi perhatian pihak-pihak yang terkait dengan kepentingan perusahaan baik itu internal maupun eksternal dan yang menjadi salah satu unsurnya adalah dewan komisaris independen, sebelum membahas lebih

jauh tentang dewan komisaris independen ada baiknya mengetahui tentang *good corporate governance* karena dewan komisaris independen merupakan bagian dari *good corporate governance*. berikut penulis paparkan sedikit tentang *good corporate governance* sebagai berikut:

#### **2.1.1.1 Pengertian Good Corporate Governance**

*Good corporate governance* merupakan sistem, proses, dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan terutama dalam arti sempit, hubungan antara pemegang saham, dewan komisaris, dan dewan direksi demi tercapainya tujuan organisasi.

Brigham dan kawan-kawan (2014:501), menyatakan gambaran umum tentang

*Good corporate governance* sebagai berikut :

*“A key requirement for successful implementation of value-based management is to influence executives and other managers so that they do not behave in the ways described in the previous section but instead behave in a way that maximizes a firm’s intrinsic value. Corporate governance can provide just such influence. Corporate governance can be defined as the set of laws, rules, and procedures that influence a company’s operations and the decisions made by its managers.”*

Menurut Amin Widjaja Tunggal (2013:24) Pengertian *Good Corporate Governance* sebagai berikut:

“Corporate Governance adalah sistem yang mengatur, mengelola dan mengawasi proses pengendalian usaha untuk menaikkan nilai saham, sekaligus sebagai bentuk perhatian kepada stakeholders, karyawan dan masyarakat sekitar”.

Menurut Sukrisno Agoes (2011:101) *Good Corporate Governance* sebagai :

“Tata kelola yang baik sebagai suatu sistem yang mengatur hubungan peran Dewan Komisaris, peran Direksi, pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Tata kelola perusahaan yang baik juga disebut sebagai suatu proses yang transparan atas penentuan tujuan perusahaan, pencapaiannya, dan penilaian kinerjanya”.

*Corporate governance* menurut *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) adalah:

*“Corporate Governance is the system by which business corporation are directed and controlled. The corporate governance structure specific the distribution of the right an responsibilities among different participants in the corporation such as board, manager, shareholders, and other stakeholders, and spells put the rules andf procedures for making decisions on corporate affairs. By doing this, it also provide the structure through wich the company objectives are set, and the means of attaining those objectives and monitoring performance.”*

Sedarmayanti (2012:52), menyatakan pengertian *Good Corporate Givernance* adalah sebagai berikut:

*“Corporate governance* adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengendalikan perusahaan.”

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *corporate governance* merupakan seperangkat aturan yang merumuskan hubungan antara pemegang saham, manajer, kreditor, pemerintah, karyawan, dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya baik internal maupun eksternal sehubungan dengan hak-hak dan tanggung jawab mereka. *Corporate governance* dimaksudkan untuk mengatur hubungan dan mencegah terjadinya kesalahan signifikansi dalam strategi korporasi dan untuk memastikan kesalahan yang terjadi dapat segera diperbaiki.

#### **2.1.1.2 Unsur-unsur *Good Corporate Governance***

Tunggal (2008:36), menyatakan unsur-unsur dalam *corporate governance* adalah:

- “
1. *Shareholders*
  2. *Board of commissioners*
  3. *Board of directors*
  4. *Audit system*
  5. *Corporate secretary*
  6. *Stakeholders*
  7. *Disclosure.* “

Berikut Penulis paparkan tentang unsur-unsur penerapan *good corporate governance* adalah sebagai berikut:

### 1. *Shareholders*

Kerangka yang dibangun dalam corporate governance harus mampu melindungi hak-hak pemegang saham. Hak tersebut mencakup hak-hak dasar pemegang saham yaitu:

- a. Hak untuk menghadiri dan ikut berperan memberikan suara dalam rapat umum pemegang saham (RUPS).
- b. Hak untuk memperoleh informasi yang relevan tentang perusahaan secara berkala dan teratur.
- c. Hak untuk memperoleh pembagian keuntungan perusahaan.

Di samping hak dasar tersebut di atas, yang tidak kalah penting adalah adanya konsep equitable treatment for shareholders yang menjamin adanya perlakuan yang sama terhadap seluruh pemegang saham, termasuk pemegang saham minoritas dan asing.

Seluruh pemegang saham harus memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan penggantian atau perbaikan atas pelanggaran dari hak-hak mereka. Konsep ini juga mengharuskan adanya suatu perlakuan yang sama atas saham-saham yang berada dalam satu kelas (tingkat), melarang praktik insider trading dan self dealing, dan mengharuskan anggota dewan komisaris untuk membuat disclosure jika terdapat transaksi-transaksi yang mengandung conflict of interest

## 2. *Board of commissioners*

Komisaris memiliki tanggungjawab dan wewenang untuk melakukan supervisi atas semua kebijakan dan tindakan yang dilakukan oleh direksi serta memberikan pertimbangan (*advices*) jika dibutuhkan. Untuk meningkatkan efektivitas dan transparansi, diharapkan paling tidak 20% anggota dewan komisaris berasal dari luar perusahaan yang tidak ada hubungannya dengan direksi dan tidak dibawah kendali pemegang saham.

## 3. *Board of directors*

direksi terdiri dari orang-orang yang berkarakter baik dan memiliki pengalaman mengendalikan perusahaan. Direksi harus mengendalikan perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan dan pemegang saham. Paling tidak 20% dan anggota direksi harus berasal dari luar perusahaan, agar dapat meningkatkan efektivitas tugas manajemen dan transparansi.

## 4. *Audit system*

Khusus untuk perusahaan yang sudah go public dibutuhkan suatu pemeriksaan yang profesional dan independen atas pembukuan yang telah dilakukan (*accounting practices*). Penunjukan akuntan independen dilakukan oleh pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham, sementara kualifikasi, *terms of reference* dan *audit fee* ditentukan oleh dewan komisaris. Hal penting lainnya berkaitan dengan sistem audit ini adalah pembentukan komite audit (*audit committee*). Sesuai dengan surat edaran Badan Pengawas Pasar Modal tanggal 5 Mei 2000 disebutkan bahwa: anggota komite audit sekurang-

kurangnya terdiri atas 3 (tiga) orang yang diangkat dan diberhentikan serta bertanggungjawab kepada dewan komisaris. Salah satu dari anggota komite audit merupakan komisaris independen yang sekaligus bertindak sebagai ketua komite. Agar tercipta independensi dalam memberikan pendapat, anggota komite audit lainnya merupakan pihak eksternal yang independen dan tidak memiliki hubungan usaha maupun hubungan afiliasi dengan perusahaan, direktur, komisaris, atau pemegang saham utama.

Komite audit bertugas untuk memberikan pendapat profesional yang independen kepada dewan komisaris terhadap laporan atau hal-hal yang disampaikan oleh dewan komisaris serta mengidentifikasi hal-hal yang memerlukan perhatian komisaris yang antara lain mencakup:

- a. Melakukan penelaahan atas informasi keuangan yang akan dikeluarkan perusahaan seperti laporan keuangan dan informasi keuangan lainnya.
- b. Melakukan penelaahan atas ketaatan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal dan peraturan perundang-undangan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.
- c. Melakukan penelaahan atas kecukupan pemeriksaan yang dilakukan oleh akuntan publik untuk memastikan risiko yang penting telah dipertimbangkan.

##### 5. *Corporate secretary*

Tugas utamanya adalah sebagai pihak yang menjembatani antara perusahaan dan investor (investor relation) di samping juga sebagai compliance officer dan kustodian dokumen-dokumen penting perusahaan.

## 6. *Stakeholders*

Stakeholders adalah masyarakat di mana perusahaan beroperasi, pegawai, pelanggan, pemasok, kreditur, dan kelompok-kelompok lainnya yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan.

## 7. *Disclosure.*

Perusahaan seyogianya berinisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya yang diwajibkan oleh hukum, tetapi juga hal-hal penting yang berkaitan dengan pembuatan keputusan oleh investor, pemegang saham, kreditur, dan pemegang kepentingan lainnya. Perusahaan harus menjamin adanya pengungkapan yang tepat waktu dan akurat setiap permasalahan yang berkaitan dengan perusahaan.

### **2.1.1.3 Badan independen dalam penerapan *Good Corporate Governance***

Tunggal (2008:42), menyatakan dalam menerapkan *good corporate governance* diperlukan beberapa badan independen di dalam suatu badan usaha adapun badan independen tersebut adalah:

- “
1. Dewan komisaris
  2. Komite audit
  3. Eksternal auditor
  4. Internal auditor.
- “

Berikut Penulis paparkan tentang badan independen yang diperlukan dalam penerapan *good corporate governance* adalah sebagai berikut:

1. Dewan komisaris

Dewan komisaris bertanggung jawab dan berwenang mengawasi tindakan direksi dan memberikan nasihat kepada direksi jika dipandang perlu oleh dewan komisaris. Untuk membantu dewan komisaris dalam melaksanakan tugas tersebut, dewan komisaris, sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan oleh dewan komisaris, dapat menggunakan jasa penasihat profesional yang mandiri atau membentuk komite khusus. setiap anggota dewan komisaris harus berwatak amanah dan mempunyai pengalaman dan kecakapan yang diperlukan untuk menjalankan tugasnya. Komposisi dewan komisaris harus sedemikian rupa, sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang efektif, tetap dan cepat serta dapat bertindak secara independen dalam arti tidak mempunyai kepentingan yang dapat mengganggu kemampuannya untuk melaksanakan tugasnya secara mandiri dan kritis dalam hubungan satu sama lain dan terhadap direksi.

Tergantung dari sifat suatu perusahaan, seyogianya paling sedikit 20% dari anggota dewan komisaris harus berasal dari kalangan di luar perusahaan guna meningkatkan efektivitas atas peran pengendaliannya, dan transparansi dari pertimbangannya

## 2. Komite audit

Komite yang anggota terdiri atas para non eksekutif ini seharusnya memberikan suatu pandangan dari proses corporate governance dan memiliki komunikasi langsung kepada pemegang saham melalui laporan terpisah di dalam laporan tahunan. Komite ini seharusnya juga memastikan adanya manajemen risiko dan pengendali yang efektif di dalam perusahaan tersebut. Orang-orang yang berpengalaman dan berkompetenlah yang seharusnya duduk dalam kote ini, karena mereka harus mampu mengendalikan dan membimbing proses corporate governance tanpa adanya konflik kepentingan.

## 3. Eksternal auditor

Eksternal auditor adalah auditor yang dipilih oleh para pemegang saham berdasarkan usul dari komite audit. Eksternal auditor tersebut harus bebas dari pengaruh dewan komisaris, direksi, dan pihak yang berkepentingan lainnya di perusahaan tersebut. Perusahaan harus menyediakan semua catatan akuntansi dan data penunjang lainnya kepada eksternal auditor sehingga memungkinkan eksternal auditor memberikan pendapatnya tentang kewajaran, konsistensi dan kesesuaian laporan keuangan perusahaan dengan standar akuntansi yang ada.

## 4. Internal auditor

Dalam melakukan fungsinya, komite audit dan komisaris kadang tidak efektif, maka perlu dibentuk internal audit. Komite audit dan dewan komisaris harus bekerja sama dengan internal auditor ini, karena internal auditorlah yang melaksanakan pengendalian langsung secara teratur dari waktu ke waktu.

Tujuan yang ingin dicapai oleh internal audit adalah:

- a. Kebenaran dan kelengkapan informasi kegiatan perusahaan.
- b. Penyesuaian dan penrapan kebijakan perusahaan, rencana kerja, prosedur dan hal-hal yang diwajibkan dan hal-hal yang mencakup hukum dan peraturan yang berlaku.
- c. Menjaga aset perusahaan terhadap penggunaan yang salah atau sewenang-wenang oleh pihak yang tidak berkepentingan.
- d. Efektivitas, efisiensi dan kelengkapan organ operasi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.
- e. Internal control tersebut harus mencakup pengendalian aktivitas perusahaan, pengendalian aktiva perusahaan, bentuk informasi dan komunikasi (terutama keuangan), pengendalian yang berkelanjutan atau monitoring, pengendalian lingkungan kerja, dan sekeliling, pengendalian terhadap bahaya, risiko yang diambil perusahaan.

Keanggotaan internal auditor ditentukan oleh direksi, yaitu internal audit merupakan salah satu bagian dari struktur organisasi perusahaan. Direksi atas persetujuan dewan komisaris dapat meminta bantuan tenaga dari pihak luar antara lain dari perusahaan pusat atau afiliasi sesuai kebutuhan.

#### 2.1.1.4 Pengertian Dewan Komisaris Independen

Tunggal (2008:36), menyatakan pengertian dewan komisaris independen dalam unsur-unsur *corporate governance* adalah:

“Komisaris independen adalah yang memiliki tanggungjawab dan wewenang untuk melakukan supervisi atas semua kebijakan dan tindakan yang dilakukan oleh direksi serta memberikan pertimbangan (advices) jika dibutuhkan. Untuk meningkatkan efektivitas dan transparansi, diharapkan paling tidak 20% anggota dewan komisaris berasal dari luar perusahaan yang tidak ada hubungannya dengan direksi dan tidak dibawah kendali pemegang saham.”

Tunggal (2008:42), menyatakan pengertian dewan komisaris independen dalam badan independen yang diperlukan untuk menerapkan *good corporate governance*:

“Dewan komisaris bertanggung jawab dan berwenang mengawasi tindakan direksi dan memberikan nasihat kepada direksi jika dipandang perlu oleh dewan komisaris. Untuk membantu dewan komisaris dalam melaksanakan tugas tersebut, dewan komisaris, sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan oleh dewan komisaris, dapat menggunakan jasa penasihat profesional yang mandiri atau membentuk komite khusus. setiap anggota dewan komisaris harus berwatak amanah dan mempunyai pengalaman dan kecakapan yang diperlukan untuk menjalankan tugasnya. Komposisi dewan komisaris harus sedemikian rupa, sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang efektif, tetap dan cepat serta dapat bertindak secara independen dalam arti tidak mempunyai kepentingan yang dapat mengganggu kemampuannya untuk melaksanakan tugasnya secara mandiri dan kritis dalam hubungan satu sama lain dan terhadap direksi. Tergantung dari sifat suatu perusahaan, seyogianya paling sedikit 20% dari anggota dewan komisaris harus berasal dari kalangan di luar perusahaan guna meningkatkan efektivitas atas peran pengendaliannya, dan transparansi dari pertimbangannya”

Dalam Pedoman umum *Good Corporate Governance* (2006:13) pengertian komisaris independen adalah:

“Anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata untuk kepentingan perseroan.”.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa komisaris independen adalah komisaris yang bukan merupakan anggota manajemen, pemegang saham mayoritas, pejabat atau dengan cara lain yang berhubungan langsung atau tidak langsung dengan pemegang saham mayoritas dari suatu perusahaan yang mengawasi pengelolaan perusahaan.

#### **2.1.1.5 Sistem Hukum Dewan Komisaris Independen**

Salah satu prinsip *Corporate Governance* menurut *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) adalah menyangkut peranan dewan komisaris. Bentuk peranan dewan komisaris tergantung pada sistem hukum yang dianut. Terdapat dua sistem hukum yang berbeda yaitu sistem satu tingkat dan sistem 2 tingkat, berikut penulis jelaskan ke 2 sistem tersebut:

1. Sistem satu tingkat atau *one tier system*

Sistem satu tingkat berasal dari sistem hukum Anglo Saxon. Pada sistem satu tingkat, perusahaan mempunyai satu dewan direksi yang merupakan kombinasi antara manajer atau pengurus senior (direktur eksekutif) dan direktur independen yang bekerja dengan prinsip paruh waktu (non direktur eksekutif). Negara-negara yang menerapkan sistem ini adalah Amerika Serikat dan Inggris.

2. Sistem dua tingkat atau *two tier system* (FCGI, 2001).

Sistem dua tingkat berasal dari sistem hukum kontinental Eropa. Pada sistem ini, perusahaan mempunyai dua badan terpisah, yaitu dewan pengawas (dewan komisaris) dan dewan manajemen (dewan direksi). Dewan direksi bertugas mengelola dan mewakili perusahaan sesuai dengan pengarahan dan pengawasan dewan komisaris. Dewan direksi diangkat dan setiap waktu dapat diganti oleh badan pengawas (dewan komisaris). Tugas utama dewan komisaris adalah bertanggungjawab mengawasi tugas-tugas manajemen. Indonesia termasuk negara yang mengadopsi sistem dua tingkat ini.

### **2.1.1.6 Tugas dan Tanggungjawab Dewan Komisaris Independen**

Dewan komisaris bertugas dan bertanggung jawab untuk melaksanakan pengawasan dan memberikan nasihat kepada dewan direksi serta memastikan bahwa perusahaan telah melaksanakan GCG sesuai dengan aturan yang berlaku. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 Pasal 97 yang menjelaskan bahwa

“komisaris bertugas mengawasi kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan serta memberikan nasihat kepada direksi. Pengawasan yang dilakukan oleh dewan komisaris adalah dengan menilai tindakan yang dilakukan oleh direksi apakah sesuai dengan pedoman atau kebijakan yang telah ditetapkan sebelumnya. Jika terjadi penyimpangan perlu dilakukan tindakan untuk memperbaikinya. Untuk dapat melakukan penilaian tersebut harus tersedia sumber informasi yang diperlukan”.

Dalam keanggotan dewan komisaris terdapat komisaris independen. Keberadaan komisaris independen akan membantu dalam memberikan pengawasan dan pengendalian terhadap jalannya perusahaan dalam penerapan *corporate governance* apakah telah berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Komisaris independen adalah dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya, dan pemegang saham pengendali serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lain yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau semata-mata untuk kepentingan masyarakat (KNKG,2006:29).

Menurut Surya dan Yustivandana (2006:151), komisaris independen bersama dewan komisaris memiliki tugas-tugas utama meliputi

1. Menilai dan mengarahkan strategi perusahaan, garis-garis besar rencana kerja, kebijakan pengendalian risiko, anggaran tahunan dan rencana usaha; menetapkan sasaran kerja; mengawasi pelaksanaan dan kinerja perusahaan; serta memonitor penggunaan modal perusahaan, investasi, dan penjualan aset. Tugas ini terkait dengan tanggung jawab serta mendukung usaha untuk menjamin keseimbangan kepentingan manajemen (*accountability*);
2. Menilai sistem penetapan penggajian pejabat pada posisi kunci dan penggajian anggota Dewan Direksi, serta menjamin suatu proses pencalonan anggota Dewan Direksi yang transparan (*transparency*) dan adil (*fairness*);
3. Memonitor dan mengatasi masalah benturan kepentingan pada tingkat manajemen, anggota Dewan Direksi dan anggota Dewan Komisaris, termasuk penyalahgunaan asset dan manipulasi transaksi perusahaan. Tugas ini memberikan perlindungan terhadap hak-hak para pemegang saham (*fairness*);
4. Memonitor pelaksanaan *governance*, dan melakukan perubahan jika diperlukan;
5. Memantau proses keterbukaan dan efektivitas komunikasi dalam perusahaan untuk menyediakan tersedianya informasi yang tepat waktu dan jelas”.

#### **2.1.1.7 Metode Pengukuran Proporsi Dewan Komisaris Independen**

Dalam Pedoman umum *Good Corporate Governance* (2006:13) pengertian komisaris independen adalah:

“Anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata untuk kepentingan perseroan.”.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa dewan komisaris independen adalah bagian dari total atau keseluruhan anggota dewan komisaris yang artinya untuk mengukur proporsi dewan komisaris independen adalah jumlah dewan komisaris independen dibandingkan dengan keseluruhan anggota dewan komisaris, seperti yang telah diungkapkan oleh beberapa peneliti sebelumnya seperti:

Menurut Sari (2013), proporsi komisaris independen diukur berdasarkan jumlah dewan komisaris independen dibandingkan terhadap jumlah total dewan komisaris yang ada. Pengukuran ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Komisaris Independen} = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah anggota dewan komisaris yang ada}} \times 100\%$$

Menurut Laurensia Chintia Dewi dan Yeterina Widi Nugrahanti (2014), proporsi dewan komisaris independen diukur berdasarkan jumlah komisaris independen dibandingkan terhadap jumlah komisaris yang ada

$$\text{Proporsi Dewan Komisaris Independen (PDKI)} = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Komisaris}}$$

Menurut Kuslinah Riniati (2015), proporsi dewan komisaris independen diukur berdasarkan persentase anggota dewan komisaris luar perusahaan terhadap total anggota dewan komisaris. Pengukuran ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Proporsi Dewan Komisaris Independen =

$$\frac{\text{Anggota Dewan Komisaris Luar Perusahaan}}{\text{Total Anggota Dewan Komisaris}} \times 100 \%$$

## 2.1.2 Profitabilitas

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, di samping hal-hal lainnya. Dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Artinya, besarnya keuntungan haruslah dicapai sesuaidengan yang diharapkan, dan bukan berarti asal untung. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio profitabilitas.

### 2.1.2.1 Pengertian Profitabilitas

Mamduh M. Hanafi (2012:81), menyatakan pengertian Profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu. Ada tiga rasio yang sering dibicarakan yaitu *profit margin*, *return on asset* (ROA), dan *return on equity* (ROE).”

Kasmir (2013:114) mengatakan menyatakan pengertian Profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi.”

Menurut Sudana (2011:22) menyatakan pengertian Profitabilitas adalah sebagai berikut:

*“Profitability ratio* mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan.”

Menurut Sartono (2012:122) menyatakan pengertian Profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba baik dalam hubungannya dengan penjualan, assets maupun laba bagi modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat bekepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen.”

Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

#### **2.1.2.2 Tujuan Penggunaan Rasio Profitabilitas**

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan

dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan maupun kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut. Hasil pengukuran tersebut dapat digunakan sebagai alat evaluasi kinerja manajemen selama ini, apakah mereka telah bekerja secara efektif atau tidak. Jika berhasil mencapai target yang telah ditentukan, mereka dikatakan telah berhasil mencapai target untuk periode atau beberapa periode, Kasmir (2013:197), menyatakan tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

- “
1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
  2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
  3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
  4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
  5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
  6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri. “

### **2.1.2.3 Manfaat Penggunaan Rasio Profitabilitas**

Rasio *profitabilitas* memiliki manfaat tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Sementara itu manfaat yang diperoleh dari rasio profitabilitas, Kasmir (2013:198), menyatakan manfaat pengukuran profitabilitas adalah sebagai berikut:

- “
1. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
  2. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
  3. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan laba sendiri.
  4. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri “

#### 2.1.2.4 Metode Pengukuran Profitabilitas

Ada beberapa rumus yang biasa dipergunakan untuk mengukur rasio *profitabilitas*. Martono dan Harjito, (2010:59), sebagai berikut:

1. *Gross profit margin*
2. *Net profit margin*
3. *Return on investment* atau *return on assets* dan
4. *Return on equity*”.

Berikut Penulis paparkan tentang alat ukur rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

##### 1. *Gross Profit Margin*

Merupakan perbandingan penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan dengan penjualan bersih atau rasio antara laba kotor dengan penjualan bersih.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *gross profit margin*:

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

## 2. *Net Profit Margin*

Margin laba bersih merupakan keuntungan penjualan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan. Margin ini menunjukkan perbandingan laba bersih setelah pajak dengan penjualan.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

## 3. *Return On Investment atau Return On Assets*

Rasio ROI atau ROA menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva (*assets*) yang dipergunakan .

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

## 4. *Return On Equity*

*Return on Equity (ROE)* atau sering disebut Rentabilitas Modal Sendiri dimaksudkan untuk mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Modal Sendiri}}$$

Sedangkan menurut Agus Sartono (2012:122), rasio-rasio yang termasuk dalam rasio profitabilitas adalah:

1. *Gross profit margin*
2. *Net profit margin*
3. *Return on investment* atau *return on assets* dan
4. *Return on equity*
5. *Profit margin*".

Berikut Penulis paparkan tentang alat ukur rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

a. *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. *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 penjuala yang dilakukan. Semakin tinggi net profit margin, maka makin baik profitabilitas suatu perusahaan.

c. *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. *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. *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.

Rasio *profitabilitas* digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba, melalui rasio inilah investor dapat mengetahui tingkat pengembalian dari investasinya. Rasio *profitabilitas* yang sering digunakan yaitu *Return on Assets* (ROA), *Return on Investment* (ROI), *Return on Equity* (ROE), *Gross Profit Margin* dan *Net Profit Margin*.

Perusahaan dapat menggunakan rasio *profitabilitas* secara keseluruhan atau hanya sebagian saja dari jenis rasio *profitabilitas* yang ada. Penggunaan rasio secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio saja yang memang dianggap perlu di ketahui. Hery (2016:193).

Dari semua rasio *profitabilitas* di atas, penulis hanya akan menggunakan rasio *Return On Equity* (ROE), karena ROE merupakan indikator yang akan menggambarkan pengembalian dari investasi para investor dalam hal ini *stakeholder* yang erat kaitannya dengan variabel Y yang menjadi objek penelitian penulis.

### **2.1.3 Corporate Social Responsibility**

Globalisasi mengarah pada liberalisme yang melewati batasan dari politik negara-negara di dunia. suatu kebersamaan aturan bagi tingkat kesejahteraan umat manusia yaitu dimunculkannya konsep substansial sosial, yang mengiringi dua aspek sebelumnya (ekonomi dan lingkungan fisik). Kelanjutan sosial dimasukkan ke dalam perangkat kebijakan yang harus dilakukan seluruh negara dalam pelaksanaan pembangunannya, maka diharapkan tujuan dari masing-masing negara dalam usaha meningkatkan taraf hidup komitasnya dapat disejajarkan antara satu dengan lainnya. Ketiga aspek ini menjadi patokan bagi perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya.

Hubungan ideal antara bisnis dan masyarakat menjadi suatu masalah perdebatan (*a matter of debate*). Pendukung konsep *social responsibility* memberi argumentansi bahwa suatu perusahaan mempunyai kewajiban terhadap masyarakat selain mencari keuntungan.

#### **2.1.3.1 Pengertian Corporate Social Responsibility**

Untung (2008:1), menyatakan pengertian *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut:

“*Corporate Sosial Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia usaha 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”.

Sukrisno Agoes (2011:32) menyatakan pengertian *corporate social responsibility* sebagai berikut:

“Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tanggung jawab perusahaan baik terhadap karyawan di perusahaan itu sendiri ( internal) dan diluar perusahaan (eksternal) karena perusahaan merupakan bagian dari lingkungannya.”

Menurut Nor Hadi (2014:48) menyatakan pengertian *corporate social responsibility* sebagai berikut:

“Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang di arahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang di barengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.”

Tunggal (2008:1), menyatakan pengertian *corporate sosial responsibility* adalah sebagai berikut:

“kewajiban perusahaan untuk merumuskan kebijakan, mengambil keputusan, dan melaksanakan tindakan yang memberikan manfaat kepada masyarakat”.

Berdasarkan pengertian tersebut, *corporate sosial responsibility* dapat dikatakan sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas hidup manusia sebagai individu dari anggota komunitas dapat menikmati, memanfaatkan, serta memelihara hubungan lingkungan hidup, termasuk perubahan-perubahan yang ada.

Kompleksitas permasalahan sosial yang semakin rumit dalam dekade terakhir dan implementasi desentralisasi menempatkan CSR sebagai suatu konsep yang diharapkan mampu memberikan alternatif terobosan baru dalam pemberdayaan masyarakat miskin.

Dalam keterbatasan peranan negara menyelesaikan permasalahan sosial, desentralisasi sebagai wujud pengakuan pada peranan sektor privat telah memberikan peluang yang cukup besar bagi sektor tersebut untuk menyumbangkan sumber daya yang dimilikinya guna menyelesaikan masalah-masalah sosial. Era desentralisasi merupakan momentum untuk merealisasikan program *corporate sosial responsibility* sebagai wujud keterlibatan sektor privat dalam memberdayakan masyarakat miskin, sehingga mereka terbebas dari permasalahan sosial yang mereka hadapi.

Keberadaan perusahaan idealnya bermanfaat untuk masyarakat. Prinsip dasar *corporate sosial responsibility* adalah pemberdayaan masyarakat agar terbebas dari kemiskinan. Selain memberdayakan masyarakat, agar operasional perusahaan berjalan lancar, tanpa gangguan. Jika hubungan antara perusahaan dan masyarakat tidak serasi, maka dipastikan ada masalah. Pelaksanaan program *corporate sosial responsibility* belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Itu disebabkan oleh minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaannya *corporate sosial responsibility*.

### 2.1.3.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Untung (2008:6), menyatakan manfaat *corporate sosial responsibility* bagi perusahaan antara lain:

- “ 1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
3. Mereduksi risiko 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 *stakeholders*.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
10. Peluang mendapatkan penghargaan. “

Dalam menjalankan tanggungjawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu profit, lingkungan, dan masyarakat. Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagai laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah.

Perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang. Perusahaan juga ikut mengambil bagian dalam aktivitas manajemen bencana. Manajemen bencana di sini bukan hanya sekedar memberikan bantuan kepada korban bencana, namun juga berpartisipasi dalam usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana melalui usaha pelestarian lingkungan sebagai tindakan preventif untuk meminimalisir bencana.

Perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat, serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Dari sisi perusahaan, berbagai manfaat yang diperoleh dari aktivitas *corporate social responsibility* adalah mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Perilaku para pengusaha pun beragam dari kelompok yang sama sekali tidak melaksanakan sampai ke kelompok yang telah menjadikan tanggung jawab sosial sebagai nilai inti dalam menjalankan kegiatan usahanya.

### **2.1.3.3 Kategori Perusahaan Berdasarkan *Corporate Social Responsibility***

Untung (2008:7), menyatakan terkait dengan praktik *corporate social responsibility*, pengusaha dapat dikelompokkan menjadi empat, yaitu:

- “ 1. Kelompok hitam
- 2. Kelompok merah
- 3. Kelompok biru
- 4. Kelompok hijau.

Berikut penulis paparkan kelompok pengusaha berdasarkan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut

1. Kelompok hitam adalah mereka yang tidak melakukan praktik tanggung jawab sosial sama sekali. Mereka adalah pengusaha yang menjalankan bisnis semata-mata untuk kepentingan sendiri. Kelompok ini sama sekali tidak peduli pada aspek lingkungan dan sosial sekelilingnya dalam menjalankan usaha, bahkan tidak memperhatikan kesejahteraan karyawannya.

2. Kelompok merah adalah mereka yang mulai melaksanakan praktik tanggung jawab sosial dan memandangnya sebagai komponen biaya yang hanya mengurangi keuntungannya. Aspek lingkungan sosial mulai dipertimbangkan, tetapi dengan keterpaksaan yang biasanya dilakukan setelah mendapat tekanan dari pihak lain, seperti masyarakat atau lembaga swadaya masyarakat. Kesejahteraan karyawan baru mulai diperhatikan setelah karyawan mengancam akan mogok kerja. Kelompok ini umumnya berasal dari kelompok satu (kelompok hitam) yang mendapat tekanan dari *stakeholdersnya*, kemudian dengan terpaksa memperhatikan isu lingkungan dan sosial, termasuk kesejahteraan karyawan. Tanggung jawab sosial jenis ini kurang berimbas pada pembentukan citra positif perusahaan, karena publik melihat kelompok ini memerlukan tekanan dan gertakan sebelum melakukan program tanggung jawab sosial. Praktik jenis ini tidak akan mampu berkontribusi bagi pembangunan berkelanjutan.
3. Kelompok biru, perusahaan yang menilai praktik tanggung jawab sosial akan memberikan dampak positif terhadap usahanya karena merupakan investasi, bukan biaya.
4. Kelompok hijau adalah perusahaan yang sudah menerapkan tanggung jawab sosial pada strategi inti dan jantung bisnisnya. Tanggung jawab sosial tidak hanya dianggap sebagai keharusan, tetapi kebutuhan yang merupakan modal sosial.

Tanggung jawab sosial dilakukan untuk pemberdayaan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat. Persoalan kata sosial sering hanya dipahami sebagai bentuk kedermawanan. Padahal, kedermawanan itu adalah sebagian kecil dari tanggung jawab sosial, itu sebabnya ada perusahaan yang hanya mau menggunakan kata *corporate responsibility*.

*Corporate responsibility* ada dua. Pertama, yang sifatnya internal menyangkut masalah transparansi, sehingga ada yang namanya pengelolaan perseroan yang baik (*good corporate governance*). Di kalangan perusahaan publik diukur dengan keterbukaan informasi. Kedua, *corporate responsibility* eksternal menyangkut lingkungan tempat perusahaan berada. Dalam hal ini, perusahaan harus memperhatikan polusi, limbah maupun partisipasi lainnya. *Stakeholders* di luar dapat dikategorikan, ada masyarakat, pemasok, pelanggan, konsumen, maupun pemerintah.

#### **2.1.3.4 Implementasi *Corporate Social Responsibility***

Untung (2008:11), menyatakan ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi *corporate social responsibility* adalah:

- “ 1. Menyangkut *human capital* atau pemberdayaan manusia,
2. *Environments* yang berbicara tentang lingkungan,
3. *Good corporate governance*,
4. *Social cohesion*, artinya dalam melaksanakan *corporate social responsibility* jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial,
5. *Economic strenght* atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi. “

Strategi *corporate social responsibility* dimulai dengan menetapkan arah dan lingkup jangka panjang berkenaan dengan aktivitas tanggung jawab sosial. Dengan demikian, perusahaan berhasil dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki, berada dalam lingkungannya yang unik guna memenuhi kebutuhan pasar dan ekspektasi para *stakeholder*.

Susanto (2007:80), menyatakan langkah-langkah pengembangan strategi *corporate social responsibility*, adalah:

- “ 1. Membangun dukungan dengan manajemen senior dan karyawan.
2. Pengamatan terhadap pihak lain.
3. Mempersiapkan matrix aktivitas *corporate social responsibility* yang diusulkan
4. Mengembangkan opsi bagi kelanjutan program *corporate social responsibility*.
5. Membuat keputusan dalam hal arah, pendekatan, dan fokus. Implementasi mengacu kepada keputusan, proses, praktek dan aktivitas.”

keseharian yang menjamin bahwa perusahaan memenuhi semangat yang telah disusun. Dalam dunia bisnis, menepati janji adalah hal yang sangat penting bagi tercapainya kesuksesan. Kegagalan untuk memenuhi komitmen *corporate social responsibility* tanpa penjelasan yang memuaskan dapat menimbulkan masalah bagi perusahaan, termasuk karyawan, pemegang saham, mitra bisnis, pelanggan, serta komunitas yang tidak puas. Setiap perusahaan adalah berbeda serta akan melakukan pendekatan yang berbeda terhadap implementasi *corporate social responsibility*.

Susanto (2007:93), menyatakan langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam mengimplementasikan *corporate social responsibility* adalah:

- “ 1. Membangun sebuah struktur pengambilan keputusan tanggung jawab sosial yang terintegrasi.
2. Siapkan dan implementasikan rencana bisnis tanggung jawab sosial.
3. Menetapkan sasaran dan mengidentifikasi pengukuran kinerja.
4. Libatkan karyawan dan juga pihak-pihak yang menjadi sasaran dari komitmen *corporate social responsibility*.
5. Merancang dan menjalankan pelatihan mengenai *corporate social responsibility*.
6. Membangun mekanisme guna memberikan perhatian terhadap perilaku yang problematis.
7. Ciptakan rencana komunikasi internal dan eksternal.”

Verifikasi dan pelaporan merupakan alat yang penting untuk mengukur apakah kinerja yang dihasilkan sudah sesuai dengan yang diharapkan, sehingga pihak-pihak yang berkepentingan diberikan kesempatan untuk melihat seberapa baik perusahaan memenuhi komitmennya serta pengaruh yang ditimbulkannya. Verifikasi dilakukan melalui berbagai cara, seperti internal audit, kajian industri dan *stakeholder*, serta audit dari pihak ketiga. Perusahaan harus mengkaitkan pendekatan terhadap verifikasi sehingga sesuai dengan budaya yang dimiliki serta tujuan, strategi dan komitmen tanggung jawab sosial yang telah ditetapkan.

Agoes dan Hoesada (2009:170), menyatakan terjadi berbagai fenomena terkait isu tanggung jawab sosial dan lingkungan, sebagai berikut:

- “ 1. Pengungkapan biaya lingkungan, pengungkapan kewajiban lingkungan dalam laporan tahunan dan laporan keuangan, seperti pajak lingkungan, beban iuran, reboisasi atau *replanting*, pemulihan bekas tambang, kewajiban kontinjen tuntutan hukum lingkungan, dan ganti rugi bagi masyarakat.

2. *Environmental risk management* dan *strategic issues* dalam *annual report* dan akun perusahaan publik.
3. Identifikasi biaya lingkungan, alokasi biaya lingkungan, pemicu biaya lingkungan, dan sistem akuntansi lingkungan.
4. Instrumen undang-undang, misalnya pajak lingkungan.
5. *Natural capital accounting*, *natural resource accounting*, *environmental accounting*, dan *ecosystem management*.
6. *Environmental reporting*, pengakuan, pengukuran, pelaporan dampak lingkungan untuk organisasi pelaporan laporan keuangan.
7. Akuntansi harta yang hidup, flora dan fauna.
8. Identifikasi biaya sosial, alokasi biaya sosial, pemicu biaya sosial, dan sistem akuntansi biaya sosial.
9. Instrumen undang-undang perlindungan sosial, misalnya pajak sosial.
10. *Social accounting and reporting*, pengakuan, pengukuran, pelaporan dampak sosial pada organisasi pelaporan laporan keuangan.
11. Akuntansi eksternalitas sosial, menghitung laba sejati setelah dikurangi beban sosial.
12. *Sustainability reporting*, laporan aspek ekonomi, lingkungan dan sosial untuk suatu organisasi.
13. Perubahan kompetensi akuntan di masa depan dan akuntan tanggung jawab sosial..”

Sebagian besar perusahaan mungkin menginginkan laporan keuangan tidak perlu ditambahkan unsur sosial dan lingkungan yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Apabila diwajibkan suatu otoritas keuangan tertentu, naja informasi sosial dan lingkungan sebaiknya disajikan oleh entitas dalam laporan tetapi bukan laporan akuntansi. Dewasa ini, laporan tersebut memang berdiri sendiri dalam bentuk cetak, sajian maya di jaringan web entitas. Sebaliknya, laporan keuangan yang terintegrasi percaya bahwa informasi sosial dan lingkungan tersebut memberi nilai tambah bagi pemangku kepentingan yang lebih luas, karena tidak bersifat reduksi dan pelunakan fakta atau pengabaian eksternalitas negatif akibat perburuan laba entitas. Hal ini menunjukkan pentingnya pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan.

### 2.1.3.5 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan cara pemberian informasi dan pertanggungjawaban dari perusahaan terhadap stakeholder. Hal ini juga merupakan salah satu cara untuk mendapatkan, mempertahankan serta meningkatkan legitimasi stakeholder. Nuswandari (2009) menyatakan bahwa informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan menjadi dua yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*).

Nuswandari (2009) menyatakan bahwa pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) adalah :

“Informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal suatu negara. Setiap emiten atau perusahaan publik yang terdaftar di bursa efek wajib menyampaikan laporan tahunan secara berkala dan informasi lainnya kepada Bapepam dan publik”

Selain itu Nuswandari (2009) menyatakan bahwa pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) adalah :

“Penyampaian informasi yang diberikan secara sukarela oleh perusahaan di luar pengungkapan wajib. Pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan pasar modal yang berlaku. Perusahaan memiliki keleluasaan dalam melakukan pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan sehingga menimbulkan adanya keragaman atau variasi luas pengungkapan sukarela antar perusahaan.”

Tanggung jawab sosial perusahaan bersifat wajib (*mandatory*) bagi kriteria perusahaan tertentu seperti yang diungkapkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 yang menyatakan bahwa :

- “
1. Perseroan yang menjalankan usahanya dibidang 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 kepatuhan 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.”

Selain perusahaan wajib melakukan kegiatan CSR, perusahaan juga wajib mengungkapkannya dalam annual report seperti yang disebutkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 66 ayat (2) bahwa :

laporan tahunan sebagaimana dimaksudkan pada ayat (1) harus memuat sekurang-kurangnya :

- “
- a. Laporan keuangan yang terdiri atas sekurang-kurangnya neraca akhir tahun buku yang baru lampau dalam perbandingan dengan tahun buku sebelumnya, laporan laba rugi dai tahun buku yang bersangkutan, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas, serta catatan atas keuangan tersebut;
  - b. Laporan mengenai perseroan;
  - c. Laporan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan;
  - d. Rincian masalah yang timbul selama tahun buku yang mempengaruhi kegiatan usaha perseroan;
  - e. Laporan mengenai tugas pengawasan yang telah dilaksanakan oleh Dewan Komisaris selama tahun buku yang baru lampau;

- f. Nama anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris;
- g. Gaji dan tunjangan bagi anggota Direksi dan gaji atau honorarium dan tunjangan bagi anggota Dewan Komisaris Perseroan untuk tahun baru yang lampau.”

Dapat dilihat pada point c, yang menyatakan bahwa adanya kewajiban bagi para emiten di bursa efek untuk melakukan pengungkapan CSR. Namun demikian item-item apa saja yang harus diungkapkan hingga saat ini belum ada peraturan baku yang mengaturnya. Oleh karena itu item-item CSR yang diungkapkan perusahaan masih merupakan informasi yang bersifat sukarela (*voluntary*).

Lako (2011:65) menganjurkan perusahaan untuk bisa mulai mengadopsi *Sustainability Reporting Guideliness* (SRG) dari Global Reporting Initiative (GRI) karena belum adanya pedoman dari pemerintah dan Ikatan Akuntan Indonesia. GRI memberikan pedoman yang cukup komprehensif bagi perusahaan dalam pelaporan informasi terkait dengan biaya (*cost*), dan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial.

Definisi *Sustainability Reporting* menurut Lako (2011:64) adalah sebagai berikut:

“Pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability report* membahas pelaporan perusahaan tentang tanggung jawabnya terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial yang akan mempengaruhi perusahaan secara keseluruhan”.

Sampai saat ini belum ada standar baku yang mengatur tentang pengungkapan CSR. Sehingga sejumlah institusi menciptakan item laporan yang bisa berlaku universal untuk semua perusahaan. Salah satu yang terkenal adalah *Global Reporting Initiative* (GRI) yang diluncurkan pada tahun 1997. Pada umumnya perusahaan menggunakan konsep GRI sebagai acuan dalam penyusunan pelaporan CSR. Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat dari konsep *sustainability development*.

#### **2.1.3.6 Global Reporting Initiative (GRI)**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen pengukuran CSR *Disclosure* berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI adalah sebuah organisasi nonprofit yang memiliki *concern* terhadap *sustainability development*. Sampai saat ini belum ada standar baku yang mengatur tentang pengungkapan CSR. Sehingga sejumlah institusi menciptakan item laporan yang bisa berlaku universal untuk semua perusahaan. Pada umumnya perusahaan menggunakan konsep dari GRI (*Global Reporting Initiative*) sebagai acuan dalam penyusunan pelaporan CSR. Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat dari konsep *sustainability development*. Dalam *sustainability report* digunakan metode *triple bottom line*, yang tidak hanya melaporkan sesuatu yang diukur dari sudut pandang ekonomi saja tetapi juga dari sudut pandang sosial dan lingkungan.

GRI Guidelines Versi 3 menyebutkan bahwa, perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian standar disclosure.

Kategori CSR menggunakan standar dari GRI berisi 6 indikator 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*)

Dalam indikator tersebut terdapat kategori yang berjumlah 79 indikator (ekonomi 9 kategori, lingkungan 30 kategori, tenaga kerja 14 kategori, hak asasi manusia 9 kategori, sosial 8 kategori, dan produk 9 kategori) jenis kategori. 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
	Aspek: Kinerja Ekonomi
	Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi,

EKONOMI	dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyanggah 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.
	Aspek : Kehadiran Pasar
	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.
	Aspek: Dampak Ekonomi Tidak Langsung
	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.
	Aspek: Material
	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.	
Aspek: Air	
Total pengambilan air per sumber.	

LINGKUNGAN	Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.
	Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang.
	Aspek Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati)
	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.
	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.
	Aspek: Emisi, Efluen dan Limbah
	Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.
	Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat.
	Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya.
	Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (ozone-depleting substances/ODS) diperinci berdasarkan berat.
	NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci 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.
	Aspek: Produk dan Jasa
	Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
	Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.
	Aspek: Kepatuhan
	Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi 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.
	Aspek: Menyeluruh
	Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan
TENAGA KERJA	Aspek: Pekerjaan
	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.
	Aspek: Tenaga kerja / Hubungan Manajemen
	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.
	Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Jabatan
	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.
	Aspek: Pelatihan dan Pendidikan
	Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut 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.
	Aspek: Keberagaman dan Kesempatan Setara
	Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karya-wan 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	Aspek : Praktek Investasi dan Pengadaan
	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.
	Aspek: Nondiskriminasi
	Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan.
	Aspek: Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul
Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang	

	diteridentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
	Aspek: Pekerja Anak
	Kegiatan yang identifikasi 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
	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
	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
	Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.
SOSIAL	Aspek: Komunitas
	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
	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.
	Aspek: Kebijakan Publik
	Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.
	Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
	Aspek: Kelakuan Tidak Bersaing
Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta	

	sanksinya.
	Aspek: Kepatuhan
	Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.
PRODUK	Aspek: Kesehatan dan Keamanan Pelanggan
	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.
	Aspek: Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa
	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.
	Aspek: Komunikasi Pemasaran
	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.
	Aspek: Keleluasaan Pribadi (privacy) Pelanggan
	Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (privacy) pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
	Aspek: Kepatuhan
Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.	

#### 2.1.3.4 Metode Pengukuran Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* masih bersifat sementara (*voluntary*) artinya belum ada standar baku yang memuat cara pengungkapannya sehingga hal ini dikembalikan kepada kebijakan dari pihak manajemen masing-masing perusahaan. *Corporate Social Responsibility* dapat dinilai dari seberapa banyak indikator-indikator yang dapat diungkapkan dalam laporan tersebut. Semakin banyak indikator yang diungkapkan dalam Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka semakin bagus pula kualitas *Corporate Social Responsibility* tersebut.

Menurut Hannifa (2005), Pengungkapan *corporate social responsibility* atau *Corporate Social Disclosure* dapat diukur berdasarkan item yang diungkapkan perusahaan dibandingkan dengan item yang seharusnya diungkapkan. Pengukuran ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

where

$CSDI_j$  = *corporate social disclosure index*,

$X_{ij}$  = 1 if *ith* item disclosed, 0 if *ith* item not disclosed,

$N_j$  = *number of items expected for jth firm*,  $N_j < 79$

Atau jika diterjemahkan:

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

Dimana:

$CSDI_{ij}$  = *Corporate Social Disclosure* index

$\sum X_{ij}$  = Jumlah item diungkapkan perusahaan, 1 poin jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan

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

Menurut Kartina Natalylova (2013), Pengungkapan *corporate social responsibility* dapat diukur berdasarkan item yang diungkapkan perusahaan dibandingkan dengan item yang seharusnya diungkapkan. Pengukuran ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CSDI_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

Dimana:

$CSDI_{ij}$  = *Corporate Social Disclosure* index

$\sum X_{ij}$  = *dummy* variabel, 1 poin jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan

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

Menurut Sayekti dan Wondabio, (2007), Pengungkapan *corporate social responsibility* dapat diukur berdasarkan item yang diungkapkan perusahaan dibandingkan dengan item yang seharusnya diungkapkan. Pengukuran ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Dimana:

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

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

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

## 2.1.4 Saham

### 2.1.4.1 Pengertian Saham

Fahmi (2014:270), menyatakan bahwa saham adalah:

- “
- a. Tanda bukti penyertaan kepemilikan modal atau dana pada suatu perusahaan,
  - b. Kertas yang tercantum dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan dan diikuti dengan hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegangnya.
  - c. Persediaan yang siap untuk dijual. “

Brigham dan kawan-kawan (2014:257), menyatakan bahwa perusahaan dapat dikategorikan besar kecilnya berdasarkan saham sebagai berikut:

*“Some companies are so small that their common stock are not actively traded; they are owned by only a few people, usually the companies manager. the stock in such firm is said to be closely held. In contrast, the stock of most large companies are owned by many investors, most of whom are not active in management”*

#### 2.1.4.2 Jenis Saham

Fahmi (2014:271), menyatakan ada dua jenis saham adapun jenis-jenis saham tersebut adalah sebagai berikut:

“dalam pasar modal ada dua jenis saham yang paling umum dikenal oleh publik yaitu saham biasa (*common stock*) dan saham istimewa (*preference stock*).”

Berikut penulis paparkan mengenai kedua jenis saham tersebut adalah sebagai berikut:

*Common stock* (saham biasa) adalah suatu surat berharga yang dijual oleh suatu perusahaan yang mempunyai nilai nominal, dimana pemegangnya diberi hak untuk mengikuti RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) dan RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) serta berhak untuk menentukan membeli *right issue* (penjualan saham terbatas) atau tidak, yang selanjutnya diakhir tahun akan memperoleh keuntungan dalam bentuk dividen.

*Preference stock* (saham istimewa) adalah suatu surat yang dijual oleh suatu perusahaan yang memiliki nilai nominal dimana pemegangnya akan memperoleh pendapatan tetap dalam bentuk dividen yang biasanya akan diterima setiap kuartal (tiga bulanan) Keuntungan yang diperoleh oleh pemegang saham biasa adalah lebih tinggi dibandingkan dari pemegang saham istimewa. Perolehan keuntungan tersebut juga diikuti oleh tingginya risiko yang akan diterima nantinya.

### 2.1.4.3 Harga Saham

Harga suatu saham sepanjang waktu mengalami perubahan, hal ini dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran saham di bursa efek. Saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyerta atau pemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Wujud saham adalah selebar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut. Porsi kepemilikan ditentukan oleh seberapa besar penyertaan yang ditanamkan di perusahaan tersebut.

Harga saham adalah harga pasar, yaitu harga yang terbentuk di pasar jual beli saham. Harga saham adalah harga saham yang tercatat setelah penutupan (*closing price*). Nilai pasar dari sekuritas merupakan harga pasar dari sekuritas itu sendiri. Untuk sekuritas yang diperdagangkan dengan aktif, nilai pasar merupakan harga terakhir yang dilaporkan pada saat sekuritas terjual.

Harga pasar bertindak sebagai barometer dari kinerja bisnis. Harga pasar menunjukkan seberapa baik manajemen menjalankan tugasnya atas nama para pemegang saham. Oleh karena itu manajemen selalu berada dalam pengawasan. Para pemegang saham yang tidak puas dengan kinerja manajemen dapat menjual sahamnya dan menginvestasikan uangnya di perusahaan lain. Tindakan tersebut dapat mengakibatkan turunnya harga saham di pasar.

Warsini (2009:76), menyatakan “indeks harga saham membandingkan perubahan harga saham dari waktu ke waktu”. Jika mengalami kenaikan berarti secara umum harga saham di bursa mengalami kenaikan. Setelah investor mengetahui

kesehatan emiten, strategi selanjutnya adalah menilai berapa harga saham yang layak saat ini. Harga saham yang layak ini sering disebut sebagai nilai intrinsik saham. Sebagai dasar perkiraan harga saham adalah prediksi aliran kas yang akan diperoleh investor baik yang berasal dari dividen maupun *capital gain/capital loss*. Setelah itu, kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan harga pasar saham pada saat ini untuk menentukan apakah saham itu mengalami *overpriced* (nilai intrinsik lebih kecil dari harga pasar) atau masih *underpriced* (nilai intrinsik lebih besar dari harga pasar saham).

#### **2.1.4.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Saham**

Fahmi (2014:276), menyatakan ada beberapa kondisi dan situasi yang menentukan harga suatu saham akan mengalami fluktuasi, yaitu:

- “
1. Kondisi mikro dan makro ekonomi.
  2. Kebijakan perusahaan dalam memutuskan untuk ekspansi, baik yang dibuka di domestik maupun luar negeri.
  3. Adanya direksi atau pihak komisaris perusahaan yang terlibat tindak pidana dan kasusnya sudah masuk ke pengadilan.
  4. Pergantian direksi secara tiba-tiba.
  5. Kinerja perusahaan yang terus mengalami penurunan dalam setiap waktunya.
  6. Risiko sistematis, yaitu suatu bentuk risiko yang terjadi secara menyeluruh dan telah ikut menyebabkan perusahaan ikut terlibat.
  7. Efek dari psikologis pasar yang ternyata mampu menekan kondisi teknikal jual beli saham.”

## 2.2 Kerangka Pemikiran

### 2.2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu disajikan pada Tabel berikut:

**Tabel 2.2**

**Peneliti dan Hasil Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Oemar , Fahmi (2014)	Pengaruh <i>corporate governance</i> dan keputusan pendanaan perusahaan terhadap kinerja profitabilitas dan implikasinya terhadap harga saham (Studi empiris pada Perusahaan BUMN yang listing di BEI tahun 2008-2011)	Komite audit, kepemilikan publik, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, <i>debt equity ratio</i> , <i>dividen payout ratio</i> , harga saham kinerja profitabilitas	Persamaan regresi linear berganda Uji F dan t	-Kepemilikan publik ukuran dewan komisaris dan <i>dividen payout ratio</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham - Komite audit, dewan komisaris independen, <i>debt equity ratio</i> dan kinerja profitabilitas berpengaruh terhadap harga saham <i>corporate governance</i> , keputusan pendanaan kebijakan dividen, dan kinerja profitabilitas pada perusahaan BUMN secara simultan berpengaruh terhadap harga saham
Sudarti (2013)	Pengaruh <i>good corporate governance</i> , profitabilitas dan	<i>Good corporate governance</i> , profitabilitas, kepemilikan pemerintah dan	Persamaan regresi linear berganda, Uji F dan t	- GCG, profitabilitas, kepemilikan pemerintah berpengaruh

	kepemilikan pemerintah terhadap harga saham pada perusahaan yang tergabung dalam CGPI 2005-2010	harga saham		signifikan secara parsial terhadap harga saham <i>Good corporate governance</i> , profitabilitas, kepemilikan pemerintah berpengaruh signifikan secara simultan terhadap harga saham
Pratiwi dan Suryanaw a (2014)	Pengaruh <i>good corporate governance</i> dan <i>corporate social responsibility disclosure</i> pada return saham perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012	<i>Good corporate governance</i> , <i>corporate social responsibility disclosure</i> dan <i>return</i> saham	Persamaan regresi linear berganda, Uji F dan t	-Hasil uji t menemukan bahwa <i>good corporate governance</i> tidak berpengaruh signifikan pada return saham, sedangkan <i>corporate social responsibility disclosure</i> berpengaruh signifikan pada return saham. -Hasil uji F menemukan Bahwa <i>good corporate governance</i> berpengaruh signifikan secara pada return saham, sedangkan <i>corporate social responsibility disclosure</i> berpengaruh signifikan pada return saham.
Dyan Fadila,	Pengaruh	<i>Corporate</i>	Persamaan	- penilaian investor

Yan Rahadian (2013)	Penerapan Corporate Governance Terhadap Harga Saham (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2010 Dan 2011)	<i>Governance (Dewan komisaris independen dan Komite audit) Dan Harga saham</i>	regresi Linier sederhana dan analisis data panel	akan lebih tinggi untuk perusahaan yang menerapkan CG dengan lebih baik - efektivitas komite audit dapat meningkatkan harga saham perusahaan - pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham
Mega Putri Yustia Sari (2013)	Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Corporate Governance terhadap Pengungkapan Sustainability Report	Variabel profitabilitas Variabel komite audit variabel likuiditas, leverage, aktivitas perusahaan, ukuran perusahaan dan dewan direksi	Persamaan regresi linear berganda, Uji F dan t	Variabel profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan sustainability report. Variabel komite audit dan dewan komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan sustainability report. Sedangkan variabel likuiditas, leverage, aktivitas perusahaan, ukuran perusahaan dan dewan direksi tidak menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan sustainability report perusahaan.

### 2.2.2 Pengaruh Dewan Komisaris terhadap Harga Saham

*Good corporate governance* sebagai seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan. Hal ini disebabkan karena *good corporate governance* dapat mendorong terbentuknya pola kerja manajemen yang bersih, transparan, dan profesional.

Didalam *good corporate governace* ada beberapa badan independen yang salah satunya berhubungan dengan para *stakeholder* yang dapat mempengaruhi perubahan harga saham diantaranya yakni dewan komisaris (Tunggal, 2008:42).

Dewan komisaris merupakan inti dari CG yang ditugaskan untuk menjamin pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi manajemen dalam mengelola perusahaan, serta mewajibkan terlaksananya akuntabilitas.

Dewan komisaris merupakan salah satu faktor yang dapat menyebabkan fluktuasi atau perubahan dari harga saham yakni ketika Adanya direksi atau pihak komisaris perusahaan yang terlibat tindak pidana dan kasusnya sudah masuk ke pengadilan ataupun pergantian direksi atau dewan komisaris secara tiba-tiba Fahmi (2014:276).

Menurut Fadila (2013) bahwa efektivitas dewan komisaris dapat meningkatkan harga saham perusahaan, dewan komisaris yang semakin efektif akan mendorong terciptanya suatu tata kelola perusahaan yang baik, yang dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan dimata investor, sehingga akan meningkatkan harga saham.

Efektivitas dewan komisaris merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Menurut Hermawan (2009), efektivitas dewan komisaris dapat dilihat dari empat karakteristik, diantaranya independensi, aktivitas, jumlah anggota, dan kompetensi anggota.

Karakteristik yang pertama adalah independensi, artinya perusahaan harus memastikan bahwa dewan komisaris yang ada adalah dewan komisaris yang independen dan bertindak demi kepentingan seluruh *shareholders* maupun *stakeholders* perusahaan. Karakteristik yang ke dua adalah aktivitas. Aktivitas dewan komisaris diantaranya melakukan evaluasi terhadap kinerja direksi dan laporan keuangan, serta menilai prospek bisnis perusahaan yang telah dilakukan oleh dewan direksi, kemudian semua hal tersebut harus dituangkan dalam laporan dewan komisaris.

Dewan komisaris juga melakukan pertemuan atau rapat antar dewan komisaris atau dengan dewan direksi untuk membicarakan dan menyelesaikan permasalahan yang ada di perusahaan.

Karakteristik yang ke tiga adalah jumlah anggota, yaitu suatu perusahaan harus memiliki anggota dewan komisaris yang memadai dan tidak terlalu banyak. Jika jumlah dewan komisaris terlalu banyak akan menimbulkan proses diskusi dan negosiasi dalam membuat keputusan menjadi terlalu lama karena adanya pendapat yang berbeda-beda dari setiap anggota.

Karakteristik yang terakhir adalah kompetensi anggota, yang menyebutkan bahwa dewan komisaris harus memiliki kompetensi yang memadai. Hal ini dapat

dilihat dari latar belakang pendidikan dan pengalaman dari anggota dewan komisaris tersebut. Selain itu, dewan komisaris juga harus memiliki integritas yang tinggi, kemampuan, dan pengetahuan mengenai bisnis perusahaan. Jika keempat karakteristik di atas terpenuhi, maka dewan komisaris dapat menjalankan tugasnya dengan efektif. Dewan komisaris yang efektif akan menciptakan suatu tata kelola perusahaan yang baik, yang dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata investor, sehingga diharapkan akan meningkatkan harga saham.

Dampak dari dewan komisaris independen yang baik adalah mudahnya penerapan *good corporate governance* yang akan bermanfaat untuk membenahi faktor-faktor internal organisasinya yang belum sesuai dan belum mendukung terwujudnya *good corporate governance*, meningkatkan kepercayaan investor dan publik terhadap perusahaan, meningkatkan kesadaran bersama dikalangan internal perusahaan dan *stakeholder* terhadap pentingnya *good corporate governance* dalam pengelolaan perusahaan kearah pertumbuhan yang berkelanjutan.

Selain itu, penerapan *good corporate governance* juga dapat dijadikan sebagai indikator atau standar mutu yang ingin dicapai perusahaan dalam bentuk pengakuan dari masyarakat terhadap penerapan prinsip-prinsip *good corporate governance*. Terakhir, perwujudan komitmen dan tanggung jawab bersama serta upaya yang mendorong seluruh anggota organisasi perusahaan untuk menerapkan *good corporate governance*. Jika penerapan *good corporate governance* terlaksana dengan baik, maka kepercayaan investor terhadap perusahaan semakin meningkat, maka keinginan calon investor untuk menanamkan modalnya ke dalam perusahaan semakin tinggi.

Hal ini akan meningkatkan permintaan terhadap saham, sehingga harga saham yang ditawarkan melalui bursa efek naik.

Baik dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maupun dari definisi yang telah ada maka sampai pada pemahaman penulis bahwa dewan komisaris independen mempengaruhi perubahan harga saham.

### **2.2.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham**

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas dapat diukur dari *return on equity* (ROE). ROE merupakan pengukuran dari penghasilan yang tersedia bagi para pemilik perusahaan atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan.

ROE dapat dilihat dari laba bersih perusahaan dibandingkan dengan total ekuitas perusahaan. ROE yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. ROE yang tinggi menunjukkan kinerja keuangan perusahaan baik, sehingga investor tertarik berinvestasi dalam bentuk saham. Akibatnya, permintaan terhadap saham yang ditawarkan naik, dan pada akhirnya harga saham juga meningkat.

Dalam Hanafi (2012:87) Return On Equity (ROE) adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham.

Kasmir (2008:197), menyatakan tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan diantaranya adalah untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu dan mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri tujuan tersebut merupakan informasi yang ingin diketahui oleh para investor sehingga jika diketahui dan hasilnya positif akan meningkatkan minat investor dalam menginvestasikan dananya yang berbanding positif dengan meningkatnya harga saham.

Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan semakin kuat. Para pemegang saham melakukan investasi untuk mendapatkan pengembalian atas uang mereka, dan rasio ini menunjukkan seberapa baik mereka telah melakukan hal tersebut dilihat dari segi akuntansi.

Baik dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maupun dari definisi yang telah ada maka sampai pada pemahaman penulis bahwa profitabilitas yang di ukur dengan *return on equity* mempengaruhi perubahan harga saham.

#### **2.2.4 Pengaruh Dewan Komisaris Independen dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi**

Dalam menjalankan tanggungjawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu profit, lingkungan, dan masyarakat. Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagai laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah.

*Corporate social responsibility* merupakan salah satu informasi yang dibutuhkan oleh para investor dalam pengambilan keputusan investasinya. perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham.

Toeri *Stakeholder (Stakeholders Theory)* Teori ini menyatakan bahwa bentuk tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada pemilik, tetapi juga tanggung jawab kepada masyarakat (*stakeholder*). Perusahaan juga harus bertanggung jawab kepada *stakeholder* dengan alasan bahwa pihak *stakeholder* merupakan pihak yang ikut memengaruhi dan dipengaruhi secara langsung maupun tidak terhadap aktivitas dan kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan (Nor Hadi, 2011: 95)

Kegiatan *Corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan pada umumnya akan berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Hal ini didukung oleh pernyataan Lako (2011:103), manfaat bagi perusahaan dalam melakukan pengungkapan *Corporate social responsibility* adalah

- “
1. Profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan akan semakin kokoh;
  2. Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen;
  3. Meningkatnya komitmen etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan;
  4. Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi komunitas sekitar karena merasa diperhatikan dan dihargai perusahaan;
  5. Meningkatnya reputasi *corporate branding*, *goodwill (intangible asset)* dan nilai perusahaan dalam jangka panjang“

Semakin baik pengungkapan Corporate Social Responsibility yang dilakukan perusahaan maka *stakeholder* akan semakin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai (Hanny Cyntia, 2013).

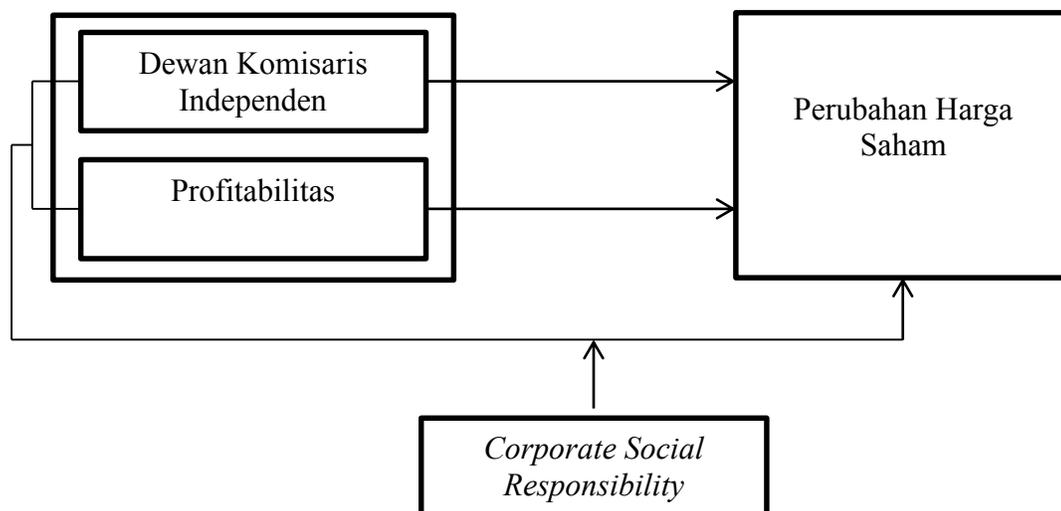
Kemudian Rustriani (2010) juga mengatakan bahwa perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan di respon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham.

Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan informasi yang dapat memberikan pengaruh positif hubungan antara kinerja keuangan perusahaan dengan harga saham di pasar modal. Pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan keuangan tahunan perusahaan memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor memilih tempat investasi karena menganggap bahwa perusahaan tersebut memiliki *good corporate governance* yang baik karena pengungkapan tanggung

jawab sosial perusahaan merupakan bagian dari *good corporate governance* dan memberikan *image* kepada masyarakat bahwa perusahaan tidak lagi mengejar hanya profit semata, tetapi turut memperhatikan lingkungan dan masyarakat, respon tersebut tercermin dengan pergerakan harga saham maupun perubahan volume perdagangan. Pengungkapan informasi ini kepada publik diperkirakan akan dapat mempengaruhi *trading* di bursa dan harga saham perusahaan.

Baik dari definisi maupun penelitian sebelumnya yang di lakukan, menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* mempunyai hubungan atas memoderasi dewan komisaris independen dan profitabilitas terhadap perubahan harga saham.

Berdasarkan Uraian diatas berikut ini disajikan skema kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

### 2.3 Hipotesis

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> : Dewan Komisaris Independen berpengaruh terhadap perubahan harga saham.
- H<sub>2</sub> : Profitabilitas (*return on equity*) berpengaruh terhadap perubahan harga saham.
- H<sub>3</sub> : Dewan komisaris independen dan Profitabilitas (*return on equity*) berpengaruh terhadap perubahan harga saham.
- H<sub>4</sub> : Dewan komisaris independen dan profitabilitas (*return on equity*) berpengaruh terhadap perubahan harga saham dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel pemoderasi.