

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

Kajian pustaka mengemukakan teori-teori, hasil penelitian orang lain, dan publikasi umum yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian. Adapun kajian pustaka yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

2.1.1. Profitabilitas

2.1.1.1. Definisi Profitabilitas

Menurut Agus Sartono (2012:122) menyatakan:

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri”.

Sedangkan definisi profitabilitas menurut Sudana (2011:22) adalah:

“Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba”.

Selain itu menurut Hery (2016:152) profitabilitas adalah:

“Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada di dalam laba rugi dan neraca”.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dengan menggunakan sumber modal yang dimiliki perusahaan, serta mengukur kemampuan keseluruhan manajemen secara efektif yang ditunjukkan dengan seberapa besar kemampuan manajemen dalam mengelola modal yang ada menjadi hasil yang menguntungkan bagi perusahaan.

2.1.1.2. Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Profitabilitas memiliki tujuan dan 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.

Menurut Kasmir (2016:197) Tujuan penggunaan 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”.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk:

1. “Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri”.

2.1.1.3. Jenis-jenis Profitabilitas

Menurut Kasmir (2013:199) jenis-jenis rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

1. Profit Margin (*profit margin on sale*)

“*Profit margin on sale* atau *ratio profit margin* atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin.”

Terdapat dua rumus untuk mencari profit margin, yaitu sebagai berikut:

a. *Gross Profit Margin* (GPM)

“Margin laba kotor menunjukkan laba yang relative terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk menetapkan harga pokok penjualan.”

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

Sebagai contoh dari rumus diatas dari rasio 100% setiap 1 rupiah penjualan atau pendapatan, perusahaan harus membayar beban usahanya sebesar 1 rupiah. *Gross Profit Margin* ini dapat dijadikan sebagai indikator kesehatan suatu perusahaan. Semakin besar *gross profit margin*, maka semakin baik operasional perusahaan tetapi perlu diperhatikan bahwa *gross profit margin* sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat, maka *gross profit margin* akan menurun. Sedangkan apabila harga pokok penjualan menurun, maka *gross profit margin* akan meningkat.

b. *Net Profit Margin* (NPM)

“Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan.”

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Sales}}$$

Dari rumus diatas, dapat diartikan dari rasio ini setiap nilai rasio 10% atau 0,1 menunjukkan bahwa perusahaan mendapatkan laba bersih yang nilainya 10% dari total penjualan. Semakin besar *net profit margin*, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Rasio ini menunjukkan berapa besar presentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan, semakin besar rasio ini maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi.

2. *Return on Equity* (ROE)

“Hasil pengembalian ekuitas atau *return on equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.”

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

ROE dengan rasio 100% berarti bahwa setiap 1 rupiah dari ekuitas dapat menghasilkan 1 rupiah laba bersih. Semakin tinggi *return on equity*, semakin efektif dan efisien manajemen suatu perusahaan sehingga semakin tinggi pula kinerja maka semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan. Tingkat *return on*

equity yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan mampu memperoleh tingkat laba yang tinggi dibandingkan dengan tingkat ekuitasnya, dengan kata lain kemampuan manajemen dalam memanfaatkan modal saham yang dimiliki untuk kegiatan operasinya sehingga akan menghasilkan tambahan laba bagi perusahaan.

3. *Return On Asset* (ROA)

“*Return On Asset* (ROA) merupakan rasio dari profitabilitas yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan perusahaan (Kasmir, 2014:201). Brigham dan Houston (2010:148) mengatakan bahwa *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio laba bersih terhadap total asset untuk mengukur pengembalian atas total asset”.

Sedangkan menurut Irham Fahmi (2012:98) ROA adalah:

“*Return On Assets* yaitu melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan aset perusahaan yang ditanamkan”.

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Asset}}$$

(Kasmir, 2013:199)

Dari rumus diatas, artinya setiap 10% atau 0,1 rasio *return on assets* yang dihasilkan menunjukkan 10% total laba bersih sebagai tingkat pengembalian dari penggunaan aset perusahaan. Jika nilai *return on assets* semakin mendekati 1, maka semakin baik profitabilitas perusahaan karena setiap investasi yang ada dapat menghasilkan laba. Dengan kata lain semakin tinggi nilai *return on asset* maka

semakin baik kinerja keuangan perusahaan tersebut, pengukuran kinerja perusahaan dengan *return on assets* menunjukkan kemampuan atas modal yang diinvestasikan secara keseluruhan yang dimiliki untuk menghasilkan laba.

Menurut Halim dan Supomo (2001: 151) keunggulan *Return On Assets* (ROA) adalah sebagai berikut :

1. Perhatian manajemen dititik beratkan pada maksimalisasi laba atas modal yang diinvestasikan.
2. ROA dapat dipergunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh setiap divisinya dan pemanfaatan akuntansi divisinya..
3. Analisa ROA dapat juga digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produksi yang dihasilkan oleh perusahaan.
4. *Earning per Share* (EPS)

“Rasio laba per lembar saham atau disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, kesejahteraan pemegang saham meningkat. Dengan pengertian lain, tingkat pengembalian yang tinggi.”

$$\text{Laba per Lembar Saham} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa yang Beredar}}$$

Dari rumus diatas dapat diartikan bahwa EPS atau *earning per share* merupakan bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki. Jika EPS meningkat berarti keuntungan yang diperoleh investor per lembar saham semakin besar, sedangkan jika menurun maka keuntungan yang diperoleh semakin kecil.

Karena jika EPS meningkat berarti perusahaan mampu menghasilkan kenaikan laba bersih, sehingga investor akan memperoleh keuntungan per lembar saham yang semakin besar.

2.1.1.4. Metode Pengukuran Profitabilitas

Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return On Asset* (ROA) karena ROA merupakan pengukuran terbaik berkaitan dengan laba yang diperoleh perusahaan dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki. Rasio ini juga dapat digunakan sebagai tolak ukur jika manajemen ingin mengevaluasi seberapa baik perusahaan telah memakai dananya, ini ditunjukkan dengan semakin besar tingkat ROA yang diperoleh semakin besar pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan aset (Munawir, 2010:89). Dengan menggunakan rumus (Kasmir, 2013:199):

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Asset}}$$

2.1.2. Leverage

2.1.2.1. Jenis-jenis Leverage

Menurut Agus Sartono (2008:260), *leverage* terdiri dari:

1. “*Leverage operasi (Operating Leverage)*, apabila perusahaan memiliki biaya operasi tetap atau biaya modal tetap, maka dikatakan perusahaan menggunakan leverage dengan mengharapkan bahwa perubahan penjualan akan mengakibatkan perubahan laba sebelum bunga dan pajak yang lebih besar.

2. *Leverage* Finansial (*Financial Leverage*), penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan harapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham.

2.1.2.2. Definisi *Financial Leverage*

Menurut Agus Sartono (2012:120) *financial leverage* adalah:

“*Financial Leverage* menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Perusahaan yang tidak mempunyai *leverage* berarti menggunakan modal sendiri 100%.”

Menurut Fakhrudin (2008:109) mendefinisikan *financial leverage* merupakan:

“Rasio yang menggambarkan sejauh mana jumlah utang perusahaan digunakan dalam modal perusahaan. Perusahaan yang memiliki utang lebih besar dari modal dikatakan sebagai perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi”.

Sedangkan menurut Irham Fahmi (2015:127) mendefinisikan rasio *leverage* adalah:

“Rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan hutang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut”.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *leverage* adalah rasio yang menunjukkan sejauh mana penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan dan penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan dibandingkan modal perusahaan dapat dikatakan memiliki resiko yang tinggi.

2.1.2.3. Tujuan dan Manfaat *Financial Leverage*

Penggunaan rasio *leverage* yang baik akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan guna menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi, namun semua kebijakan ini tergantung dari tujuan perusahaan secara keseluruhan. Berikut adalah beberapa tujuan perusahaan menggunakan rasio *leverage* menurut Kasmir (2013:153), di antaranya:

1. “Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor);
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang;
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva;
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki;”

2.1.2.4. Jenis-Jenis *Financial Leverage*

Terdapat beberapa jenis rasio solvabilitas atau *leverage ratio* yang sering digunakan perusahaan. Adapun jenis-jenis rasio yang ada dalam rasio solvabilitas diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Debt to Assets Ratio (Debt Ratio)*

Menurut Kasmir (2013:156) *debt ratio* adalah:

“*Debt Ratio* merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.”

$$\text{Debt to Assets Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Assets}}$$

Artinya, setiap 0,1 atau 10% rasio *Debt to Total Asset ratio* menunjukkan bahwa perusahaan dibiayai oleh hutang yang nilainya 10% dari total aset. *Debt to assets ratio (debt ratio)* menunjukkan seberapa besar total aset yang dimiliki perusahaan yang didanai oleh seluruh krediturnya. Semakin tinggi debt ratio akan menunjukkan semakin beresiko perusahaan karena semakin besar utang yang digunakan untuk pembelian asetnya.

2. *Debt to Equity Ratio*

Menurut Kasmir (2013:157) *Debt to Equity Ratio* adalah”

“*Debt to equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.”

Sedangkan menurut Harahap dan Sofyan (2009:303) mengatakan DER adalah:

“*Debt to equity ratio* merupakan rasio yang menggambarkan sampai sejauh mana modal pemilik dapat menutupi utang-utang kepada pihak luar. Semakin kecil rasio ini semakin baik”.

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

(Kasmir, 2013:157)

Artinya, setiap 0,1 atau 10% rasio *debt to equity ratio* menunjukkan bahwa perusahaan dibiayai oleh hutang yang nilainya 10% dari total ekuitas. *Debt to equity ratio* menunjukkan persentase penyediaan dana oleh pemegang saham terhadap pemberi pinjaman. Semakin tinggi *debt to equity ratio*, semakin rendah pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham. Dari perspektif kemampuan membayar kewajiban jangka panjang, semakin rendah rasio akan semakin baik kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya. Semakin tinggi *debt to equity ratio* menunjukkan komposisi total utang (jangka pendek dan jangka panjang) semakin besar dibanding total modal sendiri, sehingga berdampak semakin besar beban perusahaan terhadap pihak luar (kreditur). Meningkatnya beban terhadap kreditur menunjukkan sumber modal perusahaan sangat tergantung dengan pihak luar. Selain itu, besarnya beban utang yang ditanggung perusahaan dapat mengurangi jumlah laba yang diterima perusahaan.

3. *Time Interest Earned Ratio*

Agus Sartono (2012:121) mendefinisikan *time interest earned ratio* adalah:

“Rasio antara laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan beban bunga. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya berupa bunga, atau mengukur seberapa jauh laba dapat berkurang tanpa perusahaan mengalami kesulitan keuangan karena tidak mampu membayar bunga.”

$$\text{Time Interest Earned Ratio} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

Artinya, secara umum jika nilai *time interest earned ratio* dibawah 1.5 maka tidak aman karena jika rasionya sebesar 1.00 maka EBIT yang didapat perusahaan hanya cukup untuk membayar bunga. Jika menggunakan perbandingan lebih dari satu periode, maka nilai *time interest earned ratio* yang semakin besar akan semakin baik, dalam arti EBIT yang dimiliki perusahaan lebih besar nilainya daripada beban bunga yang harus dibayar, sehingga perusahaan telah mampu menutupi beban bunga EBIT yang dimilikinya.

4. *Fixed Charge Coverage Ratio*

Agus Sartono (2012:122) mendefinisikan *fixed charge coverage ratio* adalah:

“Rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetapnya termasuk pembayaran dividen saham preferen, bunga, angsuran pinjaman, dan sewa. Karena tidak jarang perusahaan menyewa aktivitya dari perusahaan lising dan harus membayar angsuran tertentu”.

$$\text{Fixed Charge Coverage Ratio} = \frac{\text{EBIT} + \text{Bunga} + \text{Pembayaran Sewa}}{\text{Bunga} + \text{Pembayaran Sewa}}$$

Artinya, secara umum jika nilai *fixed charge coverage ratio* dibawah 1.5 maka tidak aman karena jika rasionya sebesar 1.00 maka *income*

before tax yang didapat perusahaan hanya cukup untuk membayar bunga. Jika menggunakan perbandingan lebih dari satu periode, maka nilai *fixed charge coverage ratio* yang semakin besar akan semakin baik, dalam arti *income before tax* yang dimiliki perusahaan lebih besar nilainya daripada beban bunga yang harus dibayar.

5. *Debt Service Coverage*

Agus Sartono (2012:122) mendefinisikan *debt service coverage ratio* adalah:

“Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya termasuk angsuran pokok pinjaman. Jadi sama seperti *leverage* yang lain, hanya dengan memasukkan angsuran pokok pinjaman.”

$$\text{Debt Service Coverage} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Bunga} + \text{Sewa} + \frac{\text{Angsuran Pokok Pinjaman}}{(1 - \text{Tarif Pajak})}}$$

Artinya jika ratio *debt service coverage* lebih besar dari 1 maka perusahaan atau individu memiliki cukup kas untuk melunasi utang. Sedangkan jika lebih kecil dari 1 artinya debitur tidak memiliki cukup kas untuk melunasi utang.

2.1.2.5. Metode Pengukuran *Financial Leverage*

Dalam penelitian ini *financial leverage* diukur dengan menggunakan rumus *Debt to Equity Ratio* (DER) karena DER merupakan rasio yang paling umum digunakan. Rasio ini sering digunakan para analisis dan para investor untuk melihat seberapa besar hutang perusahaan jika dibandingkan ekuitas yang dimiliki oleh

perusahaan atau para pemegang saham. Dengan rumus sebagai berikut (Kasmir, 2013:157):

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

2.1.3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.1.3.1. Definisi *Corporate Social Responsibility*

Menurut Untung (2010:1) mendefinisikan bahwa:

“*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah 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”.

Sedangkan menurut Sudana (2011:10) CSR adalah :

“Tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan”.

Selain itu menurut Suharto (2010:115) mendefinisikan CSR sebagai:

“Kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungan (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional”.

Dan menurut Mardikanto (2014:86) menyatakan bahwa:

“CSR merupakan sebuah kewajiban dari perusahaan untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam mencapai tujuan dan nilai-nilai masyarakat”.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* merupakan konsep serta tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai rasa tanggung jawabnya terhadap *stakeholder* serta lingkungan dimana

perusahaan itu berdiri dan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap satu *issue* tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik.

2.1.3.2. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Aktivitas *corporate social responsibility* memiliki fungsi strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam bentuk katup pengaman sosial (*social security*). Dengan menjelaskan *corporate social responsibility*, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga harus turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan jangka panjang.

Menurut Rusdianto (2013:13) terdapat manfaat CSR bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu:

1. “Membangun dan menjaga reputasi perusahaan.
2. Meningkatkan citra perusahaan.
3. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan.
4. Mempertahankan posisi merek perusahaan.
5. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
6. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (*capital*).
7. Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis.
8. Mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).”

Menurut Rusdianto (2013:13) bahwa:

“Keputusan perusahaan untuk melaksanakan CSR secara berkelanjutan, merupakan keputusan yang rasional. Sebab implementasi program CSR akan menimbulkan efek lingkaran emas yang tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, melainkan juga *stakeholder*. Bila CSR mampu dijalankan secara

efektif maka dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, melainkan juga bagi masyarakat, pemerintah dan lingkungan.

2.1.3.3. Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

Menurut Nor Hadi (2014:59) menguraikan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) sebagai berikut:

1. “*Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan.
2. *Accountability*, upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktifitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas perusahaan dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan. Nor Hadi (2009) menunjukkan bahwa tingkat keluasan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial maupun ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggungjawab perusahaan menentukan legitimasi *stakeholders* eksternal, serta meningkatkan transaksi dalam perusahaan.
3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transaksi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal.”

2.1.3.4. Komponen-komponen *Corporate Social Responsibility*

Menurut Dwi Kartini (2013:14) konsep CSR memuat komponen-komponen sebagai berikut:

1. “*Economic Responsibilities*

Tanggung jawab sosial utama perusahaan adalah tanggung jawab ekonomi, karena lembaga bisnis terdiri dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.

2. *Legal Responsibilities*

Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan mentaati hukum dan peraturan yang berlaku yang pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif.

3. *Ethical Responsibilities*

Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Etika bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun secara kelembagaan (organisasi) untuk menilai suatu isu dimana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat. Melalui pilihan nilai tersebut, individu atau organisasi akan memberikan penilaian apakah sesuatu yang dilakukan itu benar atau salah, adil atau tidak serta memiliki kegunaan (utilitas) atau tidak.

4. *Discretionary Responsibilities*

Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis. Dalam kaitan ini perusahaan juga ingin dipandang sebagai warga Negara yang baik (*good citizen*), dimana kontribusi yang mereka berikan kepada masyarakat akan mempengaruhi reputasi perusahaan. Oleh sebab itu aktivitas yang dilakukan perusahaan sebagai manifestasi *discretionary responsibilities* sering juga disebut sebagai *Corporate Citizenship*. Sedangkan aktivitas *corporate citizenship* yang bertujuan untuk mengembangkan kesejahteraan masyarakat (misalnya melalui pemberian pelatihan usaha, pemberian pinjaman lunak, dll) disebut sebagai *community development*.”

2.1.3.5. Definisi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Hery (2012:143) bahwa:

“Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan”.

Menurut Rakiemah (2009) pengungkapan CSR adalah:

“Suatu penyediaan informasi yang dirancang untuk mengemukakan masalah seputar *social accountability*, yang mana secara khas tindakan ini dapat dipertanggungjawabkan dalam media-media seperti laporan tahunan maupun dalam bentuk iklan-iklan yang berorientasi sosial”.

Selain itu menurut Rahmawati (2012:183) mendefinisikan:

“Pengungkapan sosial sebagai suatu pelaporan atau penyampaian informasi kepada *stakeholders* mengenai segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya”.

Berdasarkan beberapa definisi di atas menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* adalah proses penyampaian informasi mengenai aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya terhadap masyarakat.

2.1.3.6. Faktor-faktor Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Rusdianto (2013:44) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*-nya, yaitu :

1. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang terdapat dalam undang-undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
4. Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman.
5. Pemenuhan kebutuhan informasi pada masyarakat.

6. Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
7. Untuk mengukur kelompok *stakeholder* yang mempunyai pengaruh yang kuat.
8. Untuk mematuhi persyaratan industry tertentu.
9. Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu.

2.1.3.7. Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen pengukuran pengungkapan CSR 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 melaporakan sesuatu yang diukur dari sudut pandang ekonomi saja tetapi juga dari sudut pandang sosial dan lingkungan.

Corporate Social Responsibility dihitung berdasarkan standar GRI-G4. GRI-G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dalam pelaporan, yang mendorong tingkat

transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat. Fitur yang ada di GRI-G4 menjadikan pedoman ini lebih mudah digunakan, baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan keberlanjutan dari sektor apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya. (www.globalreporting.org)

GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda: baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu, atau pelaporan online. Jenis pendekatan pengukuran GRI-G4 melalui isi laporan tahunan dengan aspek-aspek penilaian tanggungjawab sosial yang dikeluarkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*) yang diperoleh dari website www.globalreporting.org. Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, dan pemanfaatan *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* merupakan bagian tidak terpisahkan dari pelaporan untuk penyelenggaraan *Corporate Social Responsibility* serta tata kelola perusahaan. Dalam standar GRI-G4 (2013) indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial mencakup praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, tanggung jawab atas produk dengan total kinerja indikator mencapai 91 indikator. (www.globalreporting.org). Penjelasannya dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 2.1.**91 Indikator berdasarkan GRI-G4**

KATEGORI EKONOMI		
Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan .
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim.
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas imbalan pasti.
	EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah.
Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan.
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di operasi yang signifikan.
Dampak ekonomi tidak langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan.
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak.
Praktik pengadaan	EC9	Perbandingan dari pemasok lokal di operasional yang signifikan.
KATEGORI LINGKUNGAN		

Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat dan volume.
	EN2	Presentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang.
Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi.
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi.
	EN5	Intensitas energi.
	EN6	Pengurangan konsumsi energi.
Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi.
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber.
	EN9	Sumber air yang secara signifikan di pengaruhi oleh pengambilan air.
	EN10	Presentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali.
Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung.
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi dikawasan lindung.

	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan.
	EN14	Jumlah total spesies dalam IUCN RED LIST dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat ditempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko penunahan.
Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1).
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (cakupan 2).
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (cakupan 3).
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK).
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK).
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO).
	EN21	NO_{x0} dan SO_x dan emisi udara signifikan lainnya.
Efluen dan limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan.
	EN23	Bobot total berdasarkan jenis metode dan pembungan.
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan.
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan Basel 2 Lampiran I, II, III dan VIII yang diangkut diimpor, di

		ekspor atau diolah dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional.
	EN26	Identitas, ukuran dan status lindung, dan keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi.
Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa.
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasikan menurut kategori.
Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan.
Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja.
Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis.
Asesmen pemasok atas lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan.
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.

KATEGORI SOSIAL Sub kategori: Praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja		
Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender dan wilayah.
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan.
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat resistensi setelah cuti melahirkan, menurut gender.
Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan keselamatan kerja	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja.
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang dan kemangkiran serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender.
	LA7	Pekerjaan yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka.
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan tercakup dalam perjanjian formal serikat pekerja.

Pelatihan dan pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata pertahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan.
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti.
	LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karir secara regular menurut gender dan kategori karyawan.
Keberagaman dan kesetaraan pulang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas dan indikator keberagaman lainnya.
Kesetaraan remunerasi perempuan dan laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan.
Asesmen pemasok terkait praktik ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan praktik ketenagakerjaan.
	LA15	Dampak negative actual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL Sub kategori: Hak Asasi Manusia		

Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia.
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan/prosedur HAM terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan operasi.
Non diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil.
Kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
Pekerja anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif.
Pekerja paksa atau wajib kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja.
Praktik Pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi.
Hak adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil.

Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia.
Asesmen pemasok atas hak asasi manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR11	Dampak negative aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme pengaduan masalah hak asasi manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui pengaduan formal.
KATEGORI SOSIAL Sub kategori: Masyarakat		
Masyarakat lokal	SO1	Persentase operasi dengan melibatkan masyarakat lokal, dampak & pengembangan.
	SO2	Operasi dengan dampak negative aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal.
Anti korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti korupsi.
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.
Kebijakan publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan Negara dan penerima/penerima manfaat.
Anti persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya.

Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan.
Asesmen pemasok atas dampak terhadap masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat.
	SO10	Dampak negative aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL Sub kategori: Tanggungjawab atas produk		
Kesehatan keselamatan pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap kepatuhan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil.
Pelabelan produk dan jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti informasi sejenis.

	PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil.
	PR5	Hasil survey untuk mengukur kepuasan pelanggan.
Komunikasi pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau yang disengketakan.
	PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi dan sponsor menurut jenis hasil.
Privasi pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa.

Sumber : www.globalreporting.org

2.1.3.8. Metode Pengukuran Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrument yang dibuat oleh *Global Reporting Initiative (GRI)* yang dapat diperoleh melalui situs www.globalreporting.org. Dalam GRI terdapat 91 indikator pengungkapan yang terbagi lagi dalam 3 komponen utama yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Rumus perhitungan pengungkapan CSR adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI_j : *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j, n_j < 91

∑X_{ij} : Jumlah item pengungkapan CSR yang terpenuhi

2.1.4. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pengaruh Profitabilitas dan *Financial Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diantaranya dikutip dari beberapa sumber, dapat dilihat pada tabel 2.1.

Tabel 2.2.

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Jayanti Purnasiwi (2011)	Analisis Pengaruh <i>Size</i> , Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen: <i>Size</i> , Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Pengungkapan CSR	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>size</i> dan <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR.
2	Rizkia Anggita Sari (2012)	Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap <i>Corporate</i>	Variabel Independen: <i>Profile</i> , <i>Size</i> , Profitabilitas,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>profile</i> , <i>size</i> , profitabilitas, dan <i>growth</i> berpengaruh terhadap <i>Corporate</i>

		<i>Social Responsibility Disclosure</i> pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<i>Leverage</i> , dan <i>Growth</i> Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	<i>Social Responsibility Disclosure</i> sedangkan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> .
3	Virgiawan Aditya Permana (2012)	Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan terhadap <i>Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure</i> Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI	Variabel Independen: kinerja lingkungan, <i>size</i> , <i>profitabilitas</i> , <i>profile</i> , ukuran dewan komisaris, dan <i>leverage</i> . Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan, <i>size</i> , <i>profitabilitas</i> , <i>profile</i> , dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure</i> sedangkan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure</i>
4	Moetia Noer Farida (2013)	Pengaruh Profitabilitas dan <i>Financial Leverage</i> terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen: Profitabilitas dan <i>Leverage</i> . Variabel Dependen: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

5	Ira Robiah Adawiyah (2013)	Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan Go Public yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index	<p>Variabel Independen: Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i></p> <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> , sedangkan <i>leverage</i> berpengaruh secara signifikan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .
6	Mukmin Darmawan (2014)	Pengaruh Profitabilitas dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	<p>Variabel Independen: Profitabilitas dan <i>Leverage</i></p> <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> sedangkan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .
7	Linda Rahmazanti (2014)	Pengaruh Profitabilitas dan <i>Financial Leverage</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> serta	<p>Variabel Independen: Profitabilitas dan <i>Financial Leverage</i></p> <p>Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social</i></p>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan <i>financial leverage</i> berpengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan profitabilitas, <i>financial leverage</i> dan pengungkapan CSR

		Dampaknya terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang termasuk dalam Indeks Sri-Kehati yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<i>Responsibility</i> dan Nilai Perusahaan	berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
8	Rina Puji Purwaningsih (2015)	Pengaruh Profitabilitas dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Perusahaan Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015.	Variabel Independen: Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR sedangkan <i>leverage</i> berpengaruh negative terhadap pengungkapan CSR.
9	Afifah Nur Octaviani (2015)	Pengaruh Profitabilitas dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar	Variabel Independen: Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR sedangkan <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

		di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2013		
10	Syailendra Eka Saputra (2016)	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan <i>Size</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen: <i>Leverage</i> , Profitabilitas, dan <i>Size</i> Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> sedangkan <i>size</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> .
11	Fifi Swandari dan Ali Sadikin (2016)	<i>The Effect of Ownership Structure, Profitability, Leverage, and Firm Size on Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	Variable Independen: <i>Ownership Structure, Profitability, Leverage, and Firm Size</i> Variable Dependen: <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	<i>The results of the study show that ownership structure, leverage, and firm size did not affect on CSR disclosure while profitability had an effect on CSR disclosure.</i>
12	Rina Mudjiyanti dan Salis Saevy Maulani (2017)	Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan Terdaftar di	Variabel Independen: Likuiditas dan Profitabilitas Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> sedangkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> .

		Bursa Efek Indonesia		
--	--	-------------------------	--	--

Sumber: Data yang diolah

2.2. Kerangka Pemikiran

Pengungkapan CSR berkaitan erat dengan teori legitimasi. (Nor Hadi, 2011:88), yang menyatakan legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada masyarakat, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat.

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Nor Hadi, 2011:87). Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat sumber daya bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*). Dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu "*social contract*" (Lako, 2011:5).

Definisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem

mengedepankan keberpihakan kepada society, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat. Suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi. Oleh karena itu, untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan seperti kecelakaan serius atau skandal keuangan organisasi mungkin mencoba untuk mendidik stakeholder tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerja, mencoba untuk merubah persepsi stakeholder terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi), mengalihkan (memanipulasi) perhatian dari masalah menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif tidak berhubungan dengan kegagalan) dan mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerja. Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan. Kebanyakan inisiatif utama pengungkapan sosial perusahaan bisa ditelusuri pada satu atau lebih strategi legitimasi. Sebagai misal, kecenderungan umum bagi pengungkapan sosial perusahaan untuk menekankan pada poin positif bagi perilaku organisasi dibandingkan dengan elemen negatif (Nor Hadi, 2011).

Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dalam upayanya untuk mendapatkan legitimasi dari komunitas dimana perusahaan itu berada. Legitimasi ini pada tahapan berikutnya akan mengamankan perusahaan dari hal-hal yang tidak diinginkan. Lebih jauh lagi legitimasi ini akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut. Teori legitimasi ini dengan *Corporate Social Responsibility* sangat berhubungan erat yaitu cara suatu perusahaan

menjalankan program *Corporate Social Responsibility* untuk mendapatkan nilai positif dari masyarakat. Jika teori legitimasi ini dihubungkan dengan variabel *leverage* dimana perusahaan bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asset perusahaannya sendiri dengan modalnya. Jika teori legitimasi ini dihubungkan dengan variabel profitabilitas yaitu dimana perusahaan menjalankan strategi yang sudah terencana dengan baik untuk mendapatkan keuntungan lebih besar dari program *Corporate Social Responsibility*.

2.2.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Profitabilitas merupakan faktor yang penting bagi manajemen untuk memberikan keputusan terkait pengungkapan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Fahrizqi, 2010:39). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba atau profit yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya. Sedangkan bagi perusahaan itu sendiri profitabilitas dapat digunakan sebagai evaluasi atas efektivitas pengelolaan badan usaha tersebut. Maka dalam hubungannya dengan CSR, Priantinah (2012:25) menyatakan bahwa:

“Perusahaan yang memiliki profitabilitas besar harus aktif melakukan kegiatan CSR. Oleh karena itu semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosialnya”.

Hal tersebut juga didukung oleh Anugrah (2010:70) yang mengungkapkan bahwa:

“Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya”.

Profitabilitas menunjukkan semakin besar ketersediaan dana yang dimiliki perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial. Pengungkapan tanggung jawab sosial ini menjadi langkah strategis untuk meningkatkan legitimasi atau pengakuan dari masyarakat terhadap keberadaan perusahaan yang diharapkan dapat memberi manfaat untuk keberlangsungan perusahaan tersebut. Sejalan dengan teori legitimasi, dengan demikian hal tersebut dapat disimpulkan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rindawati (2015), tingkat profitabilitas yang diukur dengan *return on asset* (ROA) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini membuktikan bahwa tingginya laba dapat mempengaruhi jumlah pengungkapan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan pada program-program yang berkaitan dengan CSR, saat perusahaan

tersebut mendapat profit yang tinggi maka dana yang didistribusikan pada kegiatan CSR akan semakin tinggi pula.

Lalu penelitian yang dilakukan oleh Jayanti (2011), Rizkia dan Virgiawan (2012), Moetia (2013), Mukmin dan Linda (2014), Rina (2015), Syailendra dan Fifi (2016), dan Salis (2017) menyatakan hubungan berpengaruh antara Profitabilitas dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan yang diteliti oleh Ira (2013) dan Afifah (2015) menyatakan hubungan tidak berpengaruh antara Profitabilitas dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, juga dari definisi yang telah ada, maka sampai pada pemahaman penulis bahwa tingkat profitabilitas yang diukur dengan *return on asset* (ROA) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Secara jelas bahwa profitabilitas itu berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, dengan kemampuan manajemen dalam mengelola modal yang ada dalam perusahaan serta mengorganisir penjualan untuk menghasilkan keuntungan yang diinginkan itu dapat menimbulkan profitabilitas yang tinggi. Profitabilitas yang tinggi itu dapat meningkatkan reputasi perusahaan untuk mengungkapkan CSR di perusahaan tersebut.

2.2.2. Pengaruh *Financial Leverage* terhadap Pengungkapan CSR

Leverage merupakan kemampuan perusahaan untuk mengukur investasi atau memperoleh dana dengan mengacu pada beban/utang yang harus ditanggung perusahaan, sehingga dapat terlihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang perusahaan. Rasio yang digunakan adalah *debt to equity ratio* untuk dapat mengetahui

setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang. Rasio ini juga menunjukkan kelayakan dan resiko keuangan perusahaan. Perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dengan tujuan untuk membangun *image* pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Febrina dan Suaryana (2011) menyatakan bahwa *leverage ratio* berhubungan positif dengan pengungkapan, karena perusahaan yang berisiko tinggi berusaha untuk meyakinkan investor dan kreditor dengan pengungkapan yang lebih detail. Dengan demikian, jika perusahaan mempunyai *rasio leverage* yang tinggi maka perusahaan memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan *rasio leverage* yang rendah.

Maka dalam hubungannya dengan CSR, Inayah dan Anies (2010) mengungkapkan bahwa:

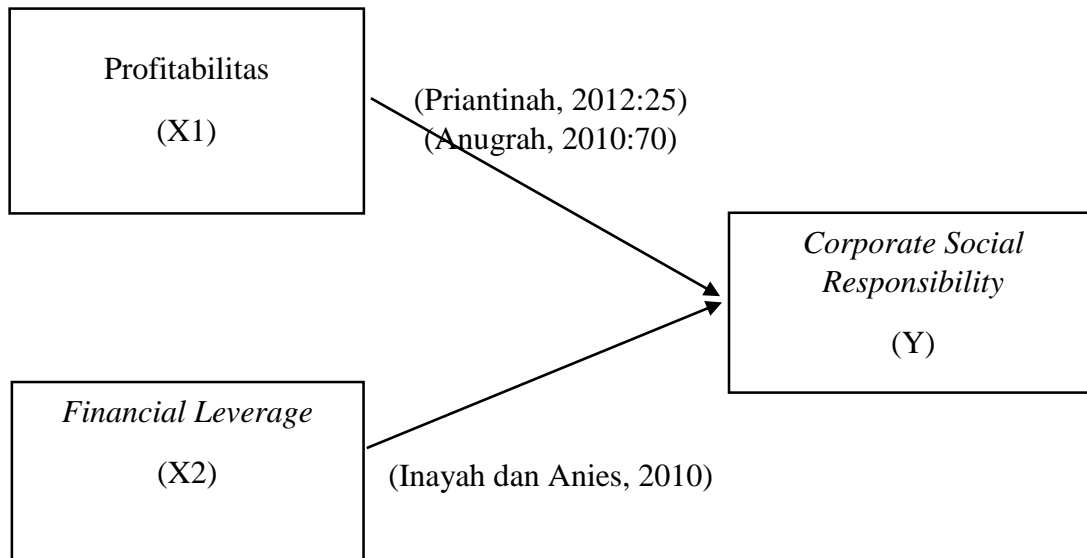
“Saat perusahaan mempunyai utang bunga yang tinggi, kemampuan manajemen untuk berinvestasi lebih pada program CSR adalah terbatas. Perusahaan dengan *rasio leverage* yang tinggi akan berusaha menyampaikan lebih banyak informasi sebagai instrumen untuk mengurangi *monitoring cost* bagi investor. Mereka akan memberikan informasi yang lebih detail dalam laporan tahunannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut dibandingkan dengan perusahaan yang *leverage*-nya lebih rendah. Dengan kata lain semakin tinggi *Leverage* maka akan menambah beban tetap perusahaan, maka semakin rendah program *Corporate Social Responsibility* dan rendah pula Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.”

Rusdianto (2013:46) menyatakan bahwa keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang di buat agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders* (Sembiring, 2005).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jayanti (2011), Moetia dan Ira (2013), Linda (2014), Afifah (2015), dan Syailendra (2016) menyatakan hubungan berpengaruh antara *Financial Leverage* dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan yang diteliti oleh Rizkia dan Virgiawan (2012), Mukmin (2014), Rina (2015), Fifi (2016), dan Salis (2017) menyatakan hubungan tidak berpengaruh antara *Financial Leverage* dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Lalu hasil penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Anasthasia dan Anantawikrama (2014) yang mengungkapkan adanya pengaruh antara *leverage* terhadap pengungkapan CSR karena semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang, sehingga manajer berusaha untuk melaporkan laba sekarang tinggi dibandingkan dengan laba di masa yang akan datang. Oleh karena itu, perusahaan dengan *leverage* yang tinggi berkewajiban untuk melakukan pengungkapan lebih luas dari pada perusahaan dengan *leverage* yang rendah.

2.2.3. Paradigma Penelitian



Gambar 2.1.
Paradigma Penelitian

2.3. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- H2: *Financial Leverage* tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- H3: Profitabilitas dan *Financial Leverage* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.