

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Profitabilitas

2.1.1.1 Definisi Profitabilitas

Profitabilitas Menurut Kasmir (2011:203), merupakan kemampuan yang dicapai oleh perusahaan dalam satu periode tertentu. Dasar penilaian profitabilitas adalah laporan keuangan yang terdiri dari laporan neraca dan rugi-laba perusahaan. Berdasarkan kedua laporan keuangan tersebut akan dapat ditentukan hasil analisis sejumlah rasio dan selanjutnya rasio ini digunakan untuk menilai beberapa aspek tertentu dari operasi perusahaan. Analisis *profitabilitas* bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, baik dalam hubungannya dengan penjualan, assets, maupun modal sendiri. Jadi hasil *profitabilitas* dapat dijadikan sebagai tolak ukur ataupun gambaran tentang *efektivitas* kinerja manajemen ditinjau dari keuntungan yang diperoleh dibandingkan dengan hasil penjualan dan investasi perusahaan.

Laporan keuangan seperti neraca, laporan rugi-laba dan *cash flow* dianalisis dengan menggunakan alat analisis yang sesuai dengan kebutuhan analisis. Alat analisis keuangan antara lain : analisis sumber dan penggunaan dana, analisis perbandingan, analisis trend, analisis *Lavarege*, analisis break even, analisis rasio keuangan dan lain-lain. Rasio merupakan salah satu metode untuk menilai kondisi keuangan

perusahaan berdasarkan perhitungan-perhitungan rasio atas dasar analisis kuantitatif, yang menunjukkan hubungan antara satu unsur dengan unsur yang lainnya dalam laporan rugi-laba dan neraca. Di samping itu juga, dipergunakan rasio-rasio finansial perusahaan yang memungkinkan untuk membandingkan rasio suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis atau dengan rasio rata-rata industri. Rasio ini bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio *profitabilitas* yaitu, margin laba atas penjualan, hasil pengembalian modal, dan hasil pengembalian modal sendiri.

2.1.1.2 Definisi Laba

Menurut M. Nafarin (2007: 788) “Laba(income) adalah perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya-biaya dan pengeluaran untuk periode tertentu”. Menurut Abdul Halim & Bambang Supomo (2005;139) “Laba merupakan pusat pertanggungjawaban yang masukan dan keluarannya diukur dengan menghitung selisi antara pendapatan dan biaya”. Menurut Mahmud M. Hanafi (2010:32), menyatakan bahwa “Laba merupakan ukuran keseluruhan prestasi perusahaan, yang didefinisikan sebagai berikut : $Laba = Penjualan - Biaya$ ” Berdasarkan hasil pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa laba merupakan seluruh total pendapatan yang dikurangi dengan total biaya-biaya. Laba atau keuntungan dalam ilmu ekonomi murni didefinisikan sebagai peningkatan kekayaan investor sebagai hasil dari penanaman modal setelah dikurangi biaya yang berhubungan dengan penanaman modal tersebut termasuk biaya kesempatan.

Sedangkan dalam akuntansi, Laba didefinisikan sebagai selisih dari harga penjualan dan biaya produksi. Pada umumnya, laba yang diperoleh oleh suatu perusahaan digunakan untuk menilai berhasil atau tidaknya suatu manajemen dalam perusahaan tersebut. Indikator laba yaitu Pendapatan dan Biaya

2.1.1.3 Karakteristik Laba

Adapun beberapa karakteristik laba menurut (Mulyadi 2012) diantaranya :

1. Laba didasarkan pada transaksi yang benar-benar terjadi. Laba didasarkan pada postulat periodisasi, artinya prestasi perusahaan pada periode tertentu.
2. Laba didasarkan pada prinsip pendapatan yang membutuhkan pemahaman khusus tentang definisi, pengukuran dan pengakuan pendapatan
3. Laba membutuhkan pengukuran tentang biaya dalam bentuk biaya historis yang dikeluarkan perusahaan untuk mendapatkan pendapat tertentu.
4. Laba didasarkan pada prinsip perbandingan antara pendapatan dan biaya yang relevan dan kaitan dengan pendapatan tersebut.

2.1.1.4 Peranan Laba

Peranan laba menurut (Mulyadi 2012) bagi perusahaan yaitu :

1. Suatu kekuatan pokok agar perusahaan dapat tetap bertahan untuk jangka pendek dan jangka panjang perusahaan.
2. Balas jasa atas dana yang ditanam perusahaan.
3. Salah satu sumber dana perusahaan.
4. Sumber dana jaminan surat karyawan
5. Daya tarik bagi pihak ketiga yang ingin menanam dana.

2.1.1.5 Unsur-unsur Laba

Adapun unsur-unsur laba menurut (Mulyadi 2012), diantaranya:

1. Pendapatan, Pendapatan yaitu kenaikan aktiva perusahaan atau penurunan kewajiban yang terjadi dalam periode akuntansi.
2. Beban, Beban (*expense*) adalah penurunan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal.
3. Biaya, Biaya adalah nilai *equivalen* kas yang dikorbankan untuk barang/jasa yang diharapkan membawa keuntungan masa ini dan masa datang untuk organisasi. Biaya yang telah kadaluarsa disebut beban. Biaya merupakan aliran keluar atau pemakaian aktiva atau timbulnya hutang selama satu periode yang berasal dari penjualan atau produksi barang, atau penyerahan jasa atau pelaksanaan kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama suatu entitas/perusahaan.
4. Untung Rugi, Keuntungan adalah kenaikan ekuitas atau aktiva bersih yang berasal dari transaksi insidental yang terjadi pada perusahaan dan semua transaksi yang mempengaruhi perusahaan dalam suatu periode akuntansi.
5. Penghasilan, Penghasilan adalah hasil akhir penghitungan dari pendapatan dan keuntungan dikurangi beban dan kerugian dalam periode tersebut.

2.1.1.6 Jenis-Jenis Laba

Laba Menurut Kasmir (2011:103), dapat digolongkan menjadi beberapa jenis, diantaranya:

1. Laba kotor yaitu selisih positif antara penjualan dikurangi retur penjualan dan potongan penjualan.
2. Laba usaha (operasi) yaitu laba kotor dikurangi harga pokok penjualan dan biaya atas usaha.
3. Laba bersih sebelum pajak adalah laba yang didapatkan setelah laba usaha dikurangi biaya bunga.
4. Laba bersih yaitu jumlah laba yang didapatkan setelah adanya pemotongan pajak.

Adapun jenis-jenis laba menurut para ahli, salah satunya yaitu Kasmir dan Supriyono.

Menurut Kasmir (2011:303), jenis laba terbagi menjadi:

1. Laba Kotor (*gross Profit*) adalah laba yang didapatkan sebelum dikurangi biaya yang menjadi beban perusahaan. Atau dengan kata lain, laba kotor adalah laba keseluruhan yang perusahaan peroleh.
2. Laba Bersih (*Net Profit*) adalah laba yang sudah dikurangi biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak.

Menurut Kasmir (2011:323) Jenis-jenis laba dalam hubungannya dengan perhitungan

laba diantaranya yaitu:

1. Laba kotor adalah perbedaan antara pendapatan bersih dan penjualan dengan harga pokok penjualan.
2. Laba dari operasi adalah selisih antara laba kotor dengan total beban operasi.
3. Laba bersih adalah angka terakhir dalam perhitungan laba atau rugi dimana untuk mencarinya laba operasi ditambah pendapatan lain dikurangi dengan beban lain.

2.1.1.7 Manfaat dan Tujuan Ratio Profitabilitas

Menurut Kasmir(2011:423), tujuan penggunaan rasio *profitabilitas* bagi pihak

internal perusahaan dan bagi pihak luar perusahaan antara lain:

1. Untuk mengetahui besaran laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk membandingkan posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk mengukur perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur besarnya laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk menilai produktivitas seluruh dana perusahaan yang dipakai berupa modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
7. Untuk menilai kinerja setiap karyawan dalam melakukan pekerjaannya.
8. Untuk mengevaluasi perkembangan atau kemunduran kinerja perusahaan sehingga bisa dilakukan upaya agar masalah yang terjadi tidak berlarut-larut.
9. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui seluruh kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan unsur unsur laporan keuangan.
10. Untuk menggambarkan tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasional.

Manfaat yang didapatkan oleh pihak luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang berhubungan atau memiliki kepentingan dengan perusahaan. Manfaat rasio profitabilitas antara lain:

1. Memperoleh gambaran tentang tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode (satu tahun).
2. Posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang bisa dibandingkan dan dievaluasi.
3. Memahami perkembangan laba perusahaan dari waktu ke waktu.
4. Mendapat gambaran tentang laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri bisa dilihat dan dijadikan patokan yang sesuai konsep dasar akuntansi untuk merencanakan kegiatan pada periode berikutnya.

Setelah memahami tentang tujuan dan manfaat dari rasio profitabilitas maka siapapun akan lebih mudah untuk mempelajari rasio ini dan rasio-rasio keuangan lainnya yang berada dalam ruang lingkup akuntansi. Tak ada yang menginginkan perusahaannya mengalami kerugian sehingga berbagai cara dilakukan untuk mengetahui perkembangan perusahaan dengan memakai berbagai rasio keuangan.

Rasio-rasio *profitabilitas* biasanya dinilai oleh investor dan kreditor (bank) untuk menilai jumlah laba investasi yang akan diperoleh oleh investor dan besaran laba perusahaan untuk menilai kemampuan perusahaan membayar utang kepada

kreditur berdasarkan tingkat pemakaian aset dan sumber daya lainnya sehingga terlihat tingkat efisiensi perusahaan.

2.1.1.8 Parameter yang digunakan

Dalam menghitung ratio profitabilitas ini ada beberapa/banyak parameter yang bisa di gunakan untuk menghitung ratio profitabilitas,tetapi penulis hanya menggunakan beberapa yang umumnya d gunakan untuk menghitung ratio profitabilitas ,ratio yang d pakai adalah, Return On Asset(ROA). Pengertian ROA Fahmi (2012:98), Menurut Fahmi, ROA adalah rasio untuk 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 atau ditempatkan.

1. Rasio Pengembalian Aset (Return on Assets Ratio)

Tingkat Pengembalian Aset merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase keuntungan (laba) yang diperoleh perusahaan terkait sumber daya atau total asset sehingga efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya bisa terlihat dari persentase rasio ini. Rumus Rasio Pengembalian Aset sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

Contoh perhitungan ROA dengan memakai data laporan keuangan sebuah perusahaan. Diketahui: laba bersih perusahaan sebesar \$117,5 dan total asset \$ 2.000 maka hitunglah ROA perusahaan!

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} = \frac{\$117,5}{\$2.000} = 5,9\%$$

Rata-rata industri sejenis adalah 9% sehingga diketahui bahwa pengembalian perusahaan tersebut tidak sesuai standar (lebih rendah dari standar ROA). Hasil ini mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan kurang baik, walau tingkat pengembalian terhadap aset yang rendah tidak selalu buruk terhadap perusahaan. Hal itu bisa terjadi karena keputusan manajemen perusahaan sengaja memakai utang dalam jumlah besar dengan beban bunga yang tinggi sehingga laba bersih menjadi lebih rendah. Penyebab rendahnya ROA perusahaan tersebut adalah utang. Penilaian kinerja suatu perusahaan harus menggunakan berbagai alternatif terbaik karena setiap rasio bersifat relatif. Dengan memakai beberapa rasio maka kondisi perusahaan bisa dilihat secara keseluruhan dengan lebih bijaksana

2.1.2 Ukuran Perusahaan

2.1.2.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan kedalam beberapa kelompok, di antaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total aset perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. Total penjualan juga dapat digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan (Seftianne, 2011).

Perusahaan yang berukuran besar mempunyai berbagai kelebihan dibanding perusahaan berukuran kecil. Kelebihan tersebut yang pertama adalah ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar (*Bargaining Power*) dalam kontrak keuangan. Dan ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan *return* membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba (Oktavianti, 2015).

Menurut (Oktavianti, 2015). Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. ukuran perusahaan diartikan sebagai berikut:

1. Alat-alat untuk mengukur (seperti menjengkal dan sebagainya)
2. Sesuatu yang dipakai untuk menentukan (menilai dan sebagainya)
3. Pendapatan mengukur panjangnya (lebarnya, luasnya, besarnya) sesuatu

Jika pengertian ini dihubungkan dengan perusahaan atau organisasi, maka ukuran perusahaan (*organization size*) dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya usaha dari suatu perusahaan atau organisasi. Dengan demikian ukuran

perusahaan merupakan sesuatu yang dapat mengukur atau menentukan nilai dari besar atau kecilnya perusahaan. Pandangan lain mengenai ukuran perusahaan (*organization size*) juga di utarakan oleh Saffold (2011) yaitu:

“The view that the contribution of strong culture to performance is conditioned by the nature of the industry, organisation size and the gain of the environment”

Saffold menyatakan bahwa kultur perusahaan yang kuat dapat mempengaruhi kinerja karyawan, dimana kultur perusahaan yang kuat tersebut akan terbentuk dari berbagai faktor seperti jenis industri, ukuran perusahaan, dan lingkungan yang mempengaruhi perusahaan itu sendiri. Berarti unsur ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, log *size* nilai pasar saham, jumlah karyawan, dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori, yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*), dan perusahaan kecil (*small firm*).

Berdasarkan uraian tentang ukuran perusahaan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan suatu kondisi atau karakteristik suatu organisasi atau perusahaan dimana terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran (besar/kecilnya) suatu perusahaan, seperti banyaknya jumlah karyawan yang digunakan dalam perusahaan untuk melakukan aktivitas operasional perusahaan,

jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan, total penjualan yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode, serta jumlah saham yang beredar.

2.1.2.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

UU No. 20 Tahun 2008, mengelompokkan ukuran perusahaan ke dalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Pengelompokan ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total asset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut. UU No. 20 Tahun 2008 tersebut mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi

bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau swasta, usaha patungann dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Adapun kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 tahun 2008 diuraikan dalam tabel 2.1.

Tabel 2.1

Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Asets (tidak termasuk tanah & bangunan)	Penjualan tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta-500juta	>300 juta-2,5 M
Usaha Menengah	>10juta-10 M	2,5 M-50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

Sumber: UU No. 20 tahun 2008

Selanjutnya, klasifikasi ukuran perusahaan menurut Stanley dan Morse dalam

Suryana (2013: 119) adalah sebagai berikut:

“ Industri yang menyerap tenaga kerja 1-9 orang termasuk industri kerajinan rumah tangga. Industri kecil menyerap 10-49 orang, industri sedang menyerap 50-99 orang, dan industri besar menyerap tenaga kerja 100 orang lebih”.

Pernyataan yang dikemukakan oleh Stanley dan Morse tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan juga dapat diklasifikasikan berdasarkan jumlah tenaga kerja dalam industri tersebut. Dalam peraturan yang dibuat oleh Bursa Efek Indonesia, saham yang dicatatkan dibuat atas dua papan pencatatan, yaitu papan utama dan papan pengembangan. Papan utama ditujukan untuk perusahaan tercatat yang berskala besar, sementara papan pengembangan dimaksudkan untuk perusahaan yang belum memenuhi syarat pencatatan di papan utama, termasuk perusahaan yang prospektif namun belum membukukan keuangan.

Peraturan Bursa Efek Indonesia menyebutkan bahwa salah satu syarat untuk tercatat di papan utama adalah sebagai berikut:

“Berdasarkan Laporan Keuangan Auditan terakhir memiliki aset Berwujud Bersih (*Net Tangible Asset*) minimal Rp 100.000.000.000.-“

Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan berskala besar menurut peraturan Bursa Efek Indonesia memiliki Aset Berwujud Bersih minimal Rp 100.000.000.

2.1.2.3 Indikator Ukuran Perusahaan

Untuk melakukan pengukuran terhadap ukuran perusahaan, Prasetyantoko (2008: 257) mengemukakan bahwa aset total menggambarkan ukuran perusahaan,

semakin besar aset biasanya perusahaan tersebut semakin besar. Selanjutnya, Yogyanto (2007: 282) menyatakan bahwa ukuran aset digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva. Sementara itu, untuk menghitung nilai total aset, Asnawi (2005: 274) mengemukakan bahwa nilai total aset biasanya bernilai sangat besar disbanding dengan variabel keuangan lainnya, untuk itu variabel aset diperhalus menjadi log aset atau \ln aset.

Ukuran perusahaan yang didasarkan pada total aset yang dimiliki oleh perusahaan diatur dengan ketentuan BAPEPAM NO. 11/PM/1997, yang menyatakan bahwa perusahaan menengah atau kecil adalah badan hukum yang didirikan di Indonesia yang memiliki jumlah kekayaan (total aset) tidak lebih dari Rp 100.000.000.000 (seratus milyar rupiah). Berdasarkan uraian di atas, maka untuk menentukan ukuran perusahaan digunakan ukuran aset. Ukuran aset diukur sebagai logaritma dari total aset. Logaritma digunakan untuk memperhalus aset karena nilai dari aset tersebut yang sangat besar disbanding variabel keuangan lainnya.

Penelitian ukuran perusahaan dapat menggunakan tolak ukur aset. Karena total aset perusahaan bernilai besar maka hal ini dapat disederhanakan dengan mentranformasikan ke dalam logaritma natural (Ghozali, 2006); sehingga ukuran perusahaan juga dapat dihitung dengan :

$$\text{Size} = \ln \text{ Total Assets}$$

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan (Seftianne, 2011).

2.1.3 Corporate Social Responsibility

2.1.3.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

CSR (*Corporate Sosial Responsibility*) adalah suatu mekanisme sebuah perusahaan untuk secara sadar mengintegrasikan perhatiannya terhadap lingkungan sosial ke dalam operasi dan interaksinya dengan *stakeholder* yang melampaui tanggung jawab sosial khususnya di bidang hukum. Secara sederhana, CSR adalah sebuah konsep dan tindakan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan sebagai rasa tanggung jawabnya terhadap sosial dan lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut berdiri. Seperti dengan melaksanakan suatu kegiatan yang bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat atau penduduk sekitar, menjaga lingkungan sekitar, memberikan beasiswa pendidikan kepada masyarakat yang kurang mampu, membangun fasilitas umum, dan memberikan bantuan berupa dana ataupun kebutuhan pokok untuk kesejahteraan masyarakat sekitar. Pada dasarnya CSR adalah bentuk tanggung jawab sebuah perusahaan terhadap *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Menurut para ahli, CSR memiliki 3 definisi, yakni :

1. Melakukan tindakan sosial, termasuk di dalamnya adalah kepedulian terhadap lingkungan hidup yang diharuskan dalam peraturan perundangan-undangan.

2. Komitmen usaha yang dilakukan secara etis, beroperasi secara resmi, serta dapat berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi yang di iringi dengan peningkatan kualitas hidup karyawan termasuk keluarganya, komunitas lokal, serta masyarakat luas.
3. Komitmen bisnis untuk turut berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan, komunitas lokal, serta masyarakat luas dalam rangka untuk meningkatkan kualitas hidup bersama.

Semenjak keruntuhan rezim diktatoriat Orde Baru, masyarakat semakin berani untuk beraspirasi dan mengekspresikan tuntutan mereka terhadap perkembangan dunia bisnis Indonesia. Masyarakat telah semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggungjawab. Pelaku bisnis tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan dari lapangan usahanya, melainkan mereka juga diminta untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya. Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan apa yang kita kenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pemahaman itu memberikan pedoman bahwa korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja sehingga teralienasi atau mengasingkan diri dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya. CSR adalah basis teori tentang perlunya sebuah

perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat tempatan. Secara teoretik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *strategicstakeholders*nya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. CSR memandang perusahaan sebagai agen moral. Dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah pengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya. Salah satu prinsip moral yang sering digunakan adalah *goldenrules*, yang mengajarkan agar seseorang atau suatu pihak memperlakukan orang lain sama seperti apa yang mereka ingin diperlakukan. Dengan begitu, perusahaan yang bekerja dengan mengedepankan prinsip moral dan etis akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat.¹ 1 Sambutan Menteri Negara Lingkungan Hidup pada Seminar Sehari "*A Promise of Gold Rating : Sustainable CSR*" diambil dari www.menlh.go.id

1. Pemahaman Tentang CSR Menilik sejarahnya, gerakan CSR modern yang berkembang pesat selama dua puluh tahun terakhir ini lahir akibat desakan organisasi-organisasi masyarakat sipil dan jaringannya di tingkat global. Keprihatinan utama yang disuarakan adalah perilaku korporasi, demi maksimalisasi laba, lazim mempraktekkan cara-cara yang tidak fair dan tidak etis, dan dalam banyak kasus bahkan dapat dikategorikan sebagai kejahatan korporasi. Beberapa raksasa korporasi transnasional sempat merasakan jatuhnya reputasi mereka akibat kampanye dalam skala global tersebut.

2. Hingga dekade 1980-90 an, wacana CSR terus berkembang. Munculnya KTT Bumi di Rio pada 1992 menegaskan konsep *sustainibily development* (pembangunan berkelanjutan) sebagai hal yang mesti diperhatikan, tak hanya oleh negara, tapi terlebih oleh kalangan korporasi yang kekuatan kapitalnya makin menggurita. Tekanan KTT Rio, terasa bermakna sewaktu James Collins dan Jerry Porras meluncurkan *Built To Last; Succesful Habits of Visionary Companies* di tahun 1994. Lewat riset yang dilakukan, mereka menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang terus hidup bukanlah perusahaan yang hanya mencetak keuntungan semata. Sebagaimana hasil Konferensi Tingkat Tinggi Bumi (*Earth Summit*) di Riode Janeiro Brazilia 1992, menyepakati perubahan paradigma pembangunan, dari pertumbuhan ekonomi (*economic growth*) menjadi pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Dalam perspektif perusahaan, di mana keberlanjutan dimaksud merupakan suatu program sebagai dampak dari usaha-usaha yang telah dirintis, berdasarkan konsep kemitraan dan rekanan dari masing-masing *stakeholder*. Ada lima elemen sehingga konsep keberlanjutan menjadi penting, di antaranya adalah:

1. ketersediaan dana
2. misi lingkungan
3. tanggung jawab sosial
4. terimplementasi dalam kebijakan (masyarakat, korporat, dan pemerintah)
5. mempunyai nilai keuntungan/manfaat

Pertemuan Johannesburg tahun 2002 yang dihadiri para pemimpin dunia memunculkan konsep *socialresponsibility* , yang mengiringi dua konsep sebelumnya yaitu *economic* dan *environmentsustainability* . Ketiga konsep ini menjadi dasar bagi 2 “Sumbangan Pemikiran BWI pada Penyusunan Peraturan Pemerintah Perihal Tanggung Jawab Sosial Korporasi”, *The Business Watch Indonesia*, Desember 2007 perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya (*CorporateSocial Responsibility*). Pertemuan penting UN Global Compact di Jenewa, Swiss, Kamis, 7 Juli 2007 yang dibuka Sekjen PBB mendapat perhatian media dari berbagai penjuru dunia. Pertemuan itu bertujuan meminta perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawab dan perilaku bisnis yang sehat yang dikenal dengan *corporate social responsibility* . Sesungguhnya substansi keberadaan CSR adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya. Atau dalam pengertian kemampuan perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan *stakeholder* yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global. Karenanya pengembangan CSR ke depan seyogianya mengacu pada konsep pembangunan yang berkelanjutan.

Prinsip keberlanjutan mengedepankan pertumbuhan, khususnya bagi masyarakat miskin dalam mengelola lingkungannya dan kemampuan institusinya dalam mengelola pembangunan, serta strateginya adalah kemampuan untuk mengintegrasikan dimensi ekonomi, ekologi, dan sosial yang menghargai

kemajemukan ekologi dan sosial budaya. Kemudian dalam proses pengembangannya tiga stakeholder inti diharapkan mendukung penuh, di antaranya adalah; perusahaan, pemerintah dan masyarakat. Dalam implementasi program-program CSR, diharapkan ketiga elemen di atas saling berinteraksi dan mendukung, karenanya dibutuhkan partisipasi aktif masing-masing stakeholder agar dapat bersinergi, untuk mewujudkan dialog secara komprehensif. Karena dengan partisipasi aktif para *stakeholder* diharapkan pengambilan keputusan, menjalankan keputusan, dan pertanggungjawaban dari implementasi CSR akan di emban secara bersama. CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line , yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*.

Di sini bottom lines lainnya selain *finansial* juga adalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana *resistensi* masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya. Pada bulan September 2004, ISO (*International Organization for Standardization*) sebagai induk organisasi standarisasi internasional, berinisiatif mengundang berbagai pihak untuk membentuk tim (*working group*) yang membidani lahirnya panduan dan standarisasi

untuk tanggung jawab sosial yang diberi nama *I S O 2 6 0 0 0 : G u i d a n c e Standard on Social Responsibility* . Pengaturan untuk kegiatan ISO dalam tanggungjawab sosial terletak pada pemahaman umum bahwa SR adalah sangat penting untuk kelanjutan suatu organisasi. Pemahaman tersebut tercermin pada dua sidang, yaitu “ *Rio Earth Summit on the Environment* ” tahun 1992 dan “ *World Summit on Sustainable Development (WSSD)* ” tahun 2002 yang diselenggarakan di Afrika Selatan.

Pembentukan ISO 26000 ini diawali ketika pada tahun 2001 badan ISO meminta *ISO on Consumer Policy* atau COPOLCO merundingkan penyusunan standar *Corporate Social Responsibility*. Selanjutnya badan ISO tersebut mengadopsi laporan COPOLCO mengenai pembentukan “*Strategic Advisory Group on Social Responsibility*” pada tahun 2002. Pada bulan Juni 2004 diadakan *pre-conference* dan *conference* bagi negaranegara berkembang, selanjutnya di tahun 2004 bulan Oktober, New York Item Proposal atau NWIP diedarkan kepada seluruh negara anggota, kemudian dilakukan voting pada bulan Januari 2005, dimana 29 negara menyatakan setuju, sedangkan 4 negara tidak. Dalam hal ini terjadi perkembangan dalam penyusunan tersebut, dari CSR atau *Corporate Social Responsibility* menjadi SR atau *Social Responsibility* saja. Perubahan ini, menurut komite bayangan dari Indonesia, disebabkan karena pedoman ISO 26000 diperuntukan bukan hanya bagi korporasi tetapi bagi semua bentuk organisasi, baik swasta maupun publik.

ISO 26000 menyediakan standar pedoman yang bersifat sukarela mengenai tanggung jawab sosial suatu institusi yang mencakup semua sektor badan

publik ataupun badan privat baik di negara berkembang maupun negara maju. Dengan Iso 26000 ini akan memberikan tambahan nilai terhadap aktivitas tanggung jawab sosial yang berkembang saat ini dengan cara:

1. mengembangkan suatu konsensus terhadap pengertian tanggung jawab sosial dan isunya
2. menyediakan pedoman tentang penterjemahan prinsip-prinsip menjadi kegiatan-kegiatan yang efektif
3. memilah praktek-praktek terbaik yang sudah berkembang dan disebarluaskan untuk kebaikan komunitas atau masyarakat internasional. Apabila hendak menganut pemahaman yang digunakan oleh para ahli yang menggodok *ISO 26000 Guidance Standard on Social responsibility* yang secara konsisten mengembangkan tanggung jawab sosial maka masalah SR akan mencakup 7 isu pokok yaitu:

1. Pengembangan Masyarakat
2. Konsumen
3. Praktek Kegiatan Institusi yang Sehat
4. Lingkungan
5. Ketenagakerjaan
6. Hak asasi manusia
7. Organizational Governance (*governance organisasi*)

ISO 26000 menerjemahkan tanggung jawab sosial sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang:

1. Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat;
2. Memperhatikan kepentingan dari para stakeholder;
3. Sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional;
4. Terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi

dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa. Berdasarkan konsep ISO 26000, penerapan sosial responsibility hendaknya terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi yang mencakup 7 isu pokok diatas. Dengan demikian jika suatu perusahaan hanya memperhatikan isu tertentu saja, misalnya suatu perusahaan sangat peduli terhadap isu lingkungan, namun perusahaan tersebut masih mengiklankan penerimaan pegawai dengan menyebutkan secara khusus kebutuhan pegawai sesuai dengan gender tertentu, maka sesuai dengan konsep ISO 26000 perusahaan tersebut sesungguhnya belum melaksanakan tanggung jawab sosialnya secara utuh. Contoh lain, misalnya suatu perusahaan memberikan kepedulian terhadap pemasok perusahaan yang tergolong industri kecil dengan mengeluarkan kebijakan pembayaran transaksi yang lebih cepat kepada pemasok UKM.

Secara logika produk atau jasa tertentu yang dihasilkan UKM pada skala ekonomi tertentu akan lebih efisien jika dilaksanakan oleh UKM. Namun UKM biasanya tidak memiliki arus kas yang kuat dan jaminan yang memadai dalam melakukan pinjaman ke bank, sehingga jika perusahaan membantu pemasok UKM tersebut, maka bisa dikatakan perusahaan tersebut telah melaksanakan bagian dari tanggung jawab sosialnya. Prinsip-prinsip dasar tanggung jawab sosial yang menjadi dasar bagi

pelaksanaan yang menjawai atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan dan kegiatan tanggung jawab sosial menurut ISO 26000 meliputi:

1. Kepatuhan kepada hukum
2. Menghormati instrumen/badan-badan internasional
3. Menghormati stakeholders dan kepentingannya
4. Akuntabilitas
5. Transparansi
6. Perilaku yang beretika
7. Melakukan tindakan pencegahan
8. Menghormati dasar-dasar hak asasi manusia

Ada empat agenda pokok yang menjadi program kerja tim itu hingga tahun 2008, diantaranya adalah menyiapkan draf kerja tim hingga tahun 2006, penyusunan draf ISO 26000 hingga Desember 2007, finalisasi draf akhir ISO 26000 diperkirakan pada bulan September 2008 dan seluruh tugas tersebut diperkirakan rampung pada tahun 2009. Pada pertemuan tim yang ketiga tanggal 15-19 Mei 2006 yang dihadiri 320 orang dari 55 negara dan 26 organisasi internasional itu, telah disepakati bahwa ISO 26000 ini hanya memuat panduan (*guidelines*) saja dan bukan pemenuhan terhadap persyaratan karena ISO 26000 ini memang tidak dirancang sebagai standar sistem manajemen dan tidak digunakan sebagai standar sertifikasi sebagaimana ISO-ISO lainnya.

Adanya ketidakseragaman dalam penerapan CSR diberbagai negara menimbulkan adanya kecenderungan yang berbeda dalam proses pelaksanaan CSR itu sendiri di

masyarakat. Oleh karena itu diperlukan suatu pedoman umum dalam penerapan CSR di manca negara. Dengan disusunnya ISO 26000 sebagai panduan (*guideline*) atau dijadikan rujukan utama dalam pembuatan pedoman SR yang berlaku umum, sekaligus menjawab tantangan kebutuhan masyarakat global termasuk Indonesia.

2.1.3.2 Indikator Standarisasi CSR

Tabel 2.2

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

KATEGORI EKONOMI		
-Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) 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 energy.
-Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi.
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber.
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambila 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.

KATEGORI LINGKUNGAN		
-Keanekaragaman Hayati	EN14	Jumlah total spesies dalam IUCN <i>RED LIST</i> dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat ditempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan.
-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 _x , SO _x dan emisi udara signifikan lainnya.
-Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan.
	EN23	Bobot total berdasarkan jenis dan metode pembuangan.
	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, diekspor atau diolah dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional.
	EN26	Identitas, ukuran dan status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkeadampak 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.

KATEGORI 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 <i>turnover</i> 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.

KATEGORI SOSIAL		
Sub Kategori : Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja		
-Kesehatan dan Keselamatan Kerja	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 karier secara regular menurut gender dan kategori karyawan.
-Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan perkategori 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 karegori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
-Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan praktik ketenagakerjaan.
	LA15	Dampak negative aktual 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.

KATEGORI SOSIAL		
Sub Kategori : Hak Asasi Manusia		
-Investasi	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 negatif 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 pelibatan masyarakat lokal, dampak & pengembangan.
-Masyarakt Lokal	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 terkaot 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 politij berdasarkan negara dan penerima/penerima mamfaat.
-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 potensional yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
-Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentan 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 peraturan 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 survei untuk mengukur kepuasan pelanggan.
-Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau 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 (data diolah, 2016)

Penilaian yang dilakukan dalam mengukur luas pengungkapan CSR dengan pemberian skor 0 dan 1. Dimana nilai 0 untuk *item* yang tidak diungkapkan dan nilai 1 untuk *item* yang diungkapkan oleh perusahaan (Ho dan Taylor, 2007). Apabila perusahaan mengungkapkan aktivitas CSR secara penuh maka nilai maksimal yang dicapai yakni 91. Rumus perhitungan CSRI sebagai berikut :

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

Keterangan:

CSRI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan

n_j : Jumlah *item* untuk perusahaan j, n_j = 91 (Skor maksimal) S

$\sum X_{ij}$: Jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan.

1 : Jika *item* diungkapkan; 0 = jika *item* tidak diungkapkan. Dengan demikian, $0 < CSRI_j < 1$

GRI merupakan kerangka kerja pelaporan keberlanjutan yang paling banyak di pergunakan di dunia dalam rangka mendorong transparansi yang lebih besar. Kerangka tersebut menetapkan prinsip dan indikator yang dapat di pergunakan organisasi untuk mengukur dan melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosialnya (Aziz, 2014).

2.1.4 Nilai Perusahaan

2.1.4.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga

saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.

2.1.4.2 Jenis-Jenis Nilai Perusahaan

Terdapat lima jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan yang digunakan, yaitu (Yulius dan Tarigan, 2011:3):

1. Nilai Nominal. Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.
2. Nilai Pasar. Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
3. Nilai Intrinsik. Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu kepada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

4. Nilai Buku. Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.
5. Nilai Likuidasi. Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

2.1.4.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan harga saham menggunakan rasio yang disebut rasio penilaian. Menurut Sudana (2011:23), rasio Penilaian adalah suatu rasio yang terkait dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal (*go public*).

Rasio penilaian memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli saham dengan harga yang lebih tinggi dibanding nilai bukunya. Berikut ini beberapa metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan.

1. Price Earning Ratio (PER)

Price earning ratio (PER) menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan (Brigham dan Houston, 2006:110).

Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham.

Kegunaan *price earning ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share* nya. *Price earning ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *earning per share*. *Price earning ratio* (PER) berfungsi untuk mengukur perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur *Price earning ratio* (PER) adalah sebagai berikut:

$$\text{PER} = \text{Market Price Per Share} / \text{Earning PerShare}$$

Rumus PER(Price Earning Ratio)

2.2 Kerangka Penelitian

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

Bear et al (2010) melakukan penelitian yang bertujuan untuk membuktikan pengaruh keragaman gender pada dewan komisaris, *board of directors* profitabilitas dan gender composition terhadap *corporate social responsibility*. Hasil penelitian Sari dkk (2013) menemukan bahwa *return on assets* berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *corporate*

social responsibility. Didalam model analisis teridentifikasi bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang terlihat dari efektifitas dalam pengelolaan assets semakin mendorong meningkatnya jumlah pengungkapan *corporate social responsibility*. Jadi dapat disimpulkan bahwa *return on assets* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Ramadhaningsih dan Utama (2013) menemukan profitabilitas yang diukur dengan menggunakan *return on assets* berpengaruh positif terhadap jumlah pengungkapan *Corporate social responsibility* pada perusahaan perbankan di Indonesia. Hasil yang diperoleh menunjukkan dengan meningkatnya pertumbuhan laba yang terbentuk karena efektifitas pengelolaan aset mendorong aliran jumlah dana yang lebih besar sehingga mengakibatkan meningkatnya jumlah pengungkapan *corporate social responsibility*. Jadi dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap CSR

Majeed et al (2015) menemukan bahwa ukuran perusahaan (size) berpengaruh signifikan terhadap jumlah pengungkapan *Corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar didalam pasar modal di Pakistan. Didalam model analisis data terlihat bahwa nilai koefisien regresi yang terbentuk adalah positif, temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin besar ukuran sebuah perusahaan akan semakin meningkatkan jumlah pengungkapan *corporate social responsibility*, faktor utama yang mendorong

hal tersebut terjadi disebabkan karena adanya keinginan dari perusahaan besar dan mapan untuk menjaga reputasi mereka dalam diri konsumen atau pun stakeholders secara menyeluruh. Ridwan dkk (2015) menemukan didalam penelitiannya bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan menggunakan total assets tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah pengungkapan *Corporate social responsibility* pada perusahaan go publik di Bursa Efek Indonesia, Hastuti (2014) menemukan bahwa ukuran perusahaan yang diukur melalui total assets berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pengungkapan *Corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semakin besar skala atau ukuran sebuah perusahaan, semakin tinggi upaya managerial yang dilakukan pengelola perusahaan untuk mendorong peningkatan citra perusahaan, salah satu dengan berupaya meningkatkan jumlah pengungkapan *Corporate social responsibility* khususnya pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

2.2.3 CSR terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (sustainable) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan CSR yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar

perusahaan. Menurut Haniffa et al (dikutip dari Sayekti dan Wondabio, 2007), jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya dan selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham (Almilia dan Wijayanto, 2007). Rustiarini (2010) menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.2.4 Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Semakin baik pertumbuhan profitabilitas berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik juga, artinya semakin baik pula nilai perusahaan dimata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (Husnan, 2001:317). Harga saham yang meningkat mencerminkan nilai perusahaan yang baik bagi investor. Suharli (2006) dalam Martalina (2011)

menyatakan bahwa nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Tingkat pengembalian investasi kepada pemegang saham tergantung pada laba yang dihasilkan perusahaan. Oktaviani (2008) dalam Lifessy (2011) juga menyatakan bahwa dengan tingginya tingkat laba yang dihasilkan, berarti prospek perusahaan untuk menjalankan operasinya di masa depan juga tinggi sehingga nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham perusahaan akan meningkat pula.

2.2.5 Ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

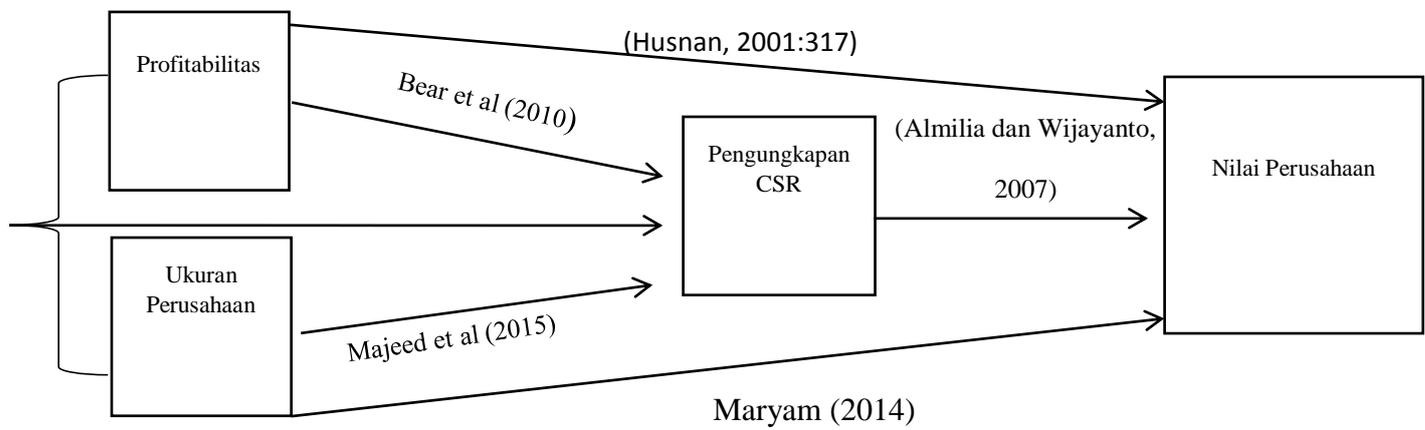
Ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan dengan arah hubungan positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang tidak berpengaruh signifikan memiliki makna bahwa ukuran perusahaan bukan merupakan pertimbangan bagi investor dalam berinvestasi. Nilai positif memberikan makna bahwa meningkatnya ukuran perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dinilai dari total aset yang dimiliki perusahaan untuk kegiatan operasionalnya. Semakin besar perusahaan maka semakin besar pula dana yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional perusahaan. Salah satu sumber dana perusahaan diperoleh dari hutang yang berasal dari pihak eksternal. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar perusahaan maka semakin besar pula hutang yang dimilikinya. Penarikan hutang yang dilakukan perusahaan besar seharusnya mampu membuat perusahaan memperoleh pengembalian berupa

aset yang besar pula. Aset yang dijadikan jaminan untuk memperoleh hutang tersebut lebih besar nilainya daripada pengembalian aset yang diterima perusahaan. Sehingga, hal tersebut menunjukkan kurang solvabilitasnya antara aset dan hutang pada perusahaan. Ketidaksolvabilitas pada perusahaan menimbulkan kekhawatiran bagi para investor. Hal tersebut disebabkan oleh tingginya risiko dalam perusahaan tersebut sehingga memperbesar potensi terjadinya kebangkrutan. Menurut Riyanto (2001) dalam Maryam (2014) ukuran Perusahaan dapat diartikan sebagai besar kecilnya Perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai Perusahaan, ataupun hasil nilai total aktiva dari suatu Perusahaan. Perusahaan yang lebih besar akan dapat dengan mudah mengakses pasar modal dalam memperoleh pendanaan yang lebih besar untuk Perusahaannya, sehingga Perusahaan mampu mempunyai rasio pembayaran dividen yang lebih tinggi dibandingkan Perusahaan kecil. Hasil penelitian Maryam (2014) menyatakan bahwa Firm Size berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Dengan uraian diatas maka penulis ingin membuat suatu judul yang di kolaborasikan dari pada penelitian penelitian yang sudah ada di atas,peneliti memutuskan untuk menulis judul skripsi tentang pengaruh *profitabilitas*,ukuran perusahaan terhadap *pengungkapan corporate social responsibility* dan dampaknya terhadap nilai perusahaan.judul ini mungkin saja akan menjawab keteringin tahuan penulis yaitu bagaimana variable-variable ini bisa mempengaruhi nilai perusahaan melalui suatu variable yaitu corporate social responsibility,ini menjadi ketertarikan sendiri bagi

penulis karena masih jarang penelitian yang membahas bagaimana suatu nilai perusahaan bisa naik/turun melalui factor-faktor eksternal/social yaitu *corporate social responsibility*, yang dimana *corporate social responsibility* ini lebih kepada bagaimana suatu perusahaan berinteraksi dengan lingkungan sekitar mereka.

2.2.6 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 : Kerangka Berpikir

2.3 Hipotesis

H₁ : *Profitabilitas* berpengaruh terhadap pengungkapan *Coorporate Social Responsibility* di perusahaan industri semen yang terdaftar di BEI

H₂ : Ukuran Perusahaan berpengaruh pengungkapan *Coorporate Social Responsibility* di perusahaan industri semen yang terdaftar di BEI

H₃ : : *Profitabilitas* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan di perusahaan industri semen yang terdaftar di BEI

H₄ Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan di perusahaan industri semen yang terdaftar di BEI

H₅ : *Coorporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan di perusahaan industri semen yang terdaftar di BEI

H₆ : Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Coorporate Social Responsibility* di perusahaan industri semen yang terdaftar di BEI

H₇ : *Profitabilitas*,Ukuran Perusahaan dan *Coorporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap pengungkapan Nilai Perusahaan di perusahaan industri semen yang terdaftar di BEI

H₈ : *Profitabilitas* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui *Coorporate Social Responsibility* di perusahaan industri semen yang terdaftar di BEI

H₉ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui *Coorporate Social Responsibility* di perusahaan industri semen yang terdaftar di BEI