

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Review Hasil - Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian pertama dilakukan oleh Pondrinal (2019:57). Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan (*Return On Asset*). Dalam penelitian ini kinerja keuangan diukur dengan menggunakan rasio profitabilitas yaitu ROA. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* dengan 79 pengungkapan menurut GRI, sedangkan variabel dependennya adalah Kinerja Keuangan. Sampel penelitiannya adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia dengan periode penelitian 2010-2014. Adapun sampel yang digunakan adalah 4 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Kinerja keuangan. Besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel *Coporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebesar 38,2%, sedangkan sisanya sebesar 61.8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian kedua dilakukan oleh Budiasih (2015:75). Tujuan penelitian ini untuk menguji secara empiris pengaruh *intellectual capital* dan *corporate social responsibility* pada profitabilitas sektor perbankan. Sampel penelitian yaitu seluruh bank di Bursa Efek Indonesia yang terdaftar periode 2011-2013 dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Metode pengumpulan datanya menggunakan metode dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan *intellectual capital* berpengaruh positif pada profitabilitas. disisi lain *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas

Penelitian ketiga dilakukan oleh Kurniawati *et al.* (2020:71). Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *intellectual capital (human capital efficiency, capital employed efficiency, structural capital efficiency)* dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah regresi data panel dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* yang menghasilkan jumlah sampel sebanyak 64 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tahun pengamatan yaitu 2015-2017. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Data diperoleh dari laporan keuangan yang diambil dari www.idx.com. Penelitian ini dibantu dengan program *software eviews 9*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *intellectual capital* yang diukur dengan *capital employed efficiency* (VACA) berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur. Pengukuran *intellectual capital* yang diukur dengan *human capital efficiency* (VAHU) berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Pengukuran *intellectual capital* yang diukur *structural capital efficiency* yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dan ukuran perusahaan manufaktur tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan

Dalam penelitian keempat dilakukan oleh Cahyani *et al.* (2015). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Intellectual Capital* (IC) terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Variabel bebas dari penelitian ini adalah *Intellectual Capital* (IC) sedangkan variabel terikat adalah profitabilitas. Modal intelektual (IC) diukur dengan menggunakan metode VAIC (*Value Added Intellectual Coefficient*) yang memiliki 3 indikator, yaitu VAHU (*Value Added Human Capital*), VACA (*Value Added Capital Employed*), dan STVA (*Structural Capital Value Added*). Sementara itu, profitabilitas diukur dengan menggunakan ROA (*Return On Asset*). Metode *purposive sampling* yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, populasi yang terlibat perusahaan yang mengkhususkan diri pada manufaktur. Total sampel yang digunakan adalah 58 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari periode 2010-2013. Selain itu, *Partial Least Square* (PLS) digunakan sebagai metode analisis data. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* (IC) memiliki pengaruh yang positif terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Dalam penelitian kelima dilakukan oleh Halim dan Faisal (2016:124). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital* terhadap profitabilitas dan dampaknya terhadap harga saham. Profitabilitas diproksikan oleh ROE dan EPS. Harga Saham diukur berdasarkan harga rata-rata saham bulanan pada saat penutupan harian. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011-2014. Penelitian ini mengamati 47 emiten, menggunakan metode *purposive sampling* dengan cara *judgment sampling*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi dan *path analysis* untuk melihat koefisien jalur masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) *intellectual capital* berpengaruh terhadap profitabilitas, (2) *intellectual capital* berpengaruh terhadap harga saham, (3) profitabilitas mempengaruhi harga saham, (4) *intellectual capital*, profitabilitas mempengaruhi harga saham.

Selanjutnya Penelitian keenam dilakukan Odetayo *et al.* (2014:252) dalam jurnal internasional. Penelitian ini merupakan penyelidikan empiris tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas bank Nigeria. Untuk mencapai tujuan penelitian ini, data dikumpulkan dari laporan tahunan enam bank sampel, untuk periode 10 tahun (2003 – 2012). Analisis regresi sederhana digunakan sebagai teknik statistik untuk menganalisis data yang dikumpulkan dengan menggunakan STATA 11. Hasil regresi menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara pengeluaran tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas Bank Nigeria. Studi ini menyimpulkan bahwa bank-bank Nigeria mengakui pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan untuk pembangunan berkelanjutan dan mereka melakukan kewajiban mereka kepada masyarakat. Tetapi sedikit jumlah yang dihabiskan untuk tanggung jawab sosial, jika dibandingkan dengan keuntungan yang dihasilkan oleh bank. Studi ini merekomendasikan bahwa pemerintah perlu menetapkan undang - undang yang akan menetapkan persentase minimum dari keuntungan organisasi yang akan dihabiskan untuk tanggung jawab sosial

perusahaan. sehingga tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Penelitian ketujuh dilakukan oleh Ameneh *et al.* (2015:67) dalam jurnal internasional bertujuan untuk menyelidiki secara empiris pengaruh Modal Intelektual (IC) dan komponennya pada kinerja keuangan bank-bank Iran yang diterima di Bursa Efek Teheran (TSE). Kinerja keuangan diukur dengan *return on equity* (ROE), *return on assets* (ROA), *total asset turnover* (ATO), dan book to market rasio (MB). Penelitian ini mencakup 14 bank yang terdaftar di TSE selama periode 2004 – 2013 dan menggunakan metode VAICTM sebagai ukuran terukur untuk menilai modal intelektual dan komponennya. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa modal struktural dan efisiensi human capital berpengaruh terhadap kinerja keuangan bank. pertama efisiensi modal fisik memiliki positif dan berpengaruh terhadap ROA, ROE, dan ATO, MB. Akhirnya, estimasi menunjukkan bahwa pengaruh IC terhadap kinerja keuangan bank.

Penelitian kedelapan dilakukan oleh Alex dan Ngaba (2018:185) dalam jurnal internasional bertujuan yang utama penelitian ini adalah untuk menentukan dan mengevaluasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan bank komersial di Kenya. Empat tujuan spesifik diturunkan dari tujuan. Tujuan pertama adalah untuk mengetahui pengaruh jumlah pelanggan deposito pada kinerja keuangan bank komersial di Kenya. Yang kedua adalah mengevaluasi pengaruh basis modal pada kinerja keuangan bank umum di Kenya. Ketiga adalah untuk mengetahui pengaruh loan book terhadap kinerja keuangan bank umum di commercial Kenya. Terakhir adalah mengevaluasi pengaruh jumlah cabang terhadap kinerja keuangan financial bank komersial di Kenya. Data panel dari tahun 2012 hingga 2016 dari 42 bank umum adalah dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan keuangan kinerja bank komersial di Kenya. Studi tersebut mengungkapkan bahwa bank yang memiliki banyak ranting, simpanan pelanggan yang besar, basis modal yang besar, dan buku pinjaman yang besar memiliki dampak positif dan ROA tinggi

dibandingkan dengan bank yang memiliki sedikit jumlah cabang, simpanan nasabah kecil, modal kecil dan buku pinjaman kecil.

2.2 Landasan Teori

2.2.1. Teori Stakeholder

Hadi (2011:93) mengemukakan bahwa *stakeholder* adalah semua pihak, *internal* maupun *eksternal*, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Ghazali dan Chariri (2007) dalam Devi *et al.* (2017:25) mengemukakan bahwa teori *stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Agar kegiatan usaha berjalan sesuai dengan harapan perusahaan maka diperlukan adanya hubungan serta komunikasi yang baik antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut. Devi *et al.* (2017:25) Tujuan utama dari teori stakeholder adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder*. Para *stakeholder* memiliki kewenangan untuk memengaruhi manajemen dalam proses pemanfaatan seluruh potensi dan sumber-sumber ekonomi yang dimiliki oleh organisasi. Hal ini karena hanya dengan pengelolaan yang baik dan maksimal atas seluruh potensi inilah organisasi akan dapat menciptakan nilai tambah untuk kemudian mendorong kinerja dan nilai bagi perusahaan yang merupakan orientasi para *stakeholder* dalam mengintervensi manajemen. Teori ini menjelaskan pentingnya perusahaan untuk memuaskan keinginan para stakeholder tersebut. Maka Perusahaan yakin bahwa *stakeholder*

theory dapat mengabaikan masyarakat luas terhadap penyediaan informasi dalam pelaporan keuangan. Di dalam perusahaan apabila sumber dayanya dikelola dengan baik maka, akan meningkatkan laba perusahaan dan membuat kemakmuran bagi pemegang saham. Masih banyak perusahaan tidak memikirkan para pemegang saham. Perusahaan akan lebih dihargai apabila perusahaan dapat menciptakan nilai baik serta memenuhi kepentingan yang dibutuhkan *stakeholder*.

2.2.2. Teori Keagenan

Putri (2017:560) mengemukakan bahwa *agency theory* merupakan sebagai agen dari suatu *principal* yang mewakili seluruh kelompok yang berkepentingan dengan perusahaan. Para manajer diberi kekuasaan oleh para pemilik perusahaan yaitu pemegang saham untuk membuat keputusan, dimana hal ini menciptakan potensi konflik kepentingan yang dikenal sebagai teori keagenan (*agency theory*). Menurut Supriyono (2018:63) Konsep teori keagenan yaitu hubungan kontraktual antara prinsipal dan agen, artinya pihak yang mengatur hubungan kerja antara kedua pihak tersebut. Satu orang atau lebih principal memerintah agen untuk melakukan suatu jasa atas nama *principal* dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi principal. Selain itu, untuk memenuhi kepentingan *stakeholder* pihak manajemen melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai upaya untuk memenuhi tuntutan publik.

Hartanto dan Nugrahanti (2017:3) mengemukakan bahwa *agency theory* mengasumsikan semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Prinsipal sebagai pemegang saham diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedang para agen disumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut. Teori ini menerangkan tentang pemantauan bermacam-macam jenis biaya dan memaksakan hubungan antara kelompok tersebut.

Biaya keagenan dibagi menjadi tiga kelompok (Jensen dan Meckeling 1976) dalam Fu'adah (2013:11), yaitu:

1. *Monitoring cost*

Biaya yang ditanggung oleh perusahaan yang timbul akibat Tindakan prinsipal untuk mengawasi aktivitas dan perilaku manajer. Contoh: membayar auditor untuk mengaudit laporan keuangan perusahaan dan premi asuransi untuk melindungi aset perusahaan

2. *Bonding cost*

Biaya ini ditanggung oleh perusahaan yang timbul akibat Tindakan manajer untuk memberi jaminan kepada pemilik bahwa manajer tidak melakukan tindakan yang merugikan perusahaan. Contoh: kelancaran dalam membayar bunga utang, penyelenggaraan sistem akuntansi yang baik sehingga mampu menghasilkan laporan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan prinsipal.

3. *Residual cost*

Biaya yang ditanggung oleh perusahaan yang timbul akibat adanya perbedaan antara keputusan yang diambil oleh agen dengan keputusan yang seharusnya memberikan manfaat maksimal pada prinsipal. Contoh: memanfaatkan fasilitas perusahaan secara berlebihan seperti pengeluaran untuk perjalanan dinas dan akomodasi kelas satu, mobil dinas mewah atau dengan kata lain biaya yang dikeluarkan tidak untuk kepentingan perusahaan.

2.2.3. Corporate Social Responsibility

Rudito dan Famiola (2019:110) mengemukakan secara umum *corporate social responsibility* merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada, dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan – perubahan yang ada sekaligus memelihara.

Menurut Johnson & Johnson dalam Hadi (2011:46) mendefinisikan bahwa “*Corporate social responsibility (CSR) is about how companies manage the business process to produce an overall positive impact on society*”

Definisi tersebut pada dasarnya dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Corporate social responsibility (CSR) merupakan wujud pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Gantino (2016:18) mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* diartikan sebagai tindakan korporasi atau perusahaan besar dalam memberikan tanggung jawabnya berupa materi seperti uang, peralatan, atau hadiah lainnya kepada komunitas, organisasi atau individu di wilayah di mana perusahaan tersebut beroperasi. Namun, Menurut Prastowo dan Huda (2011:17) CSR adalah mekanisme alami sebuah perusahaan untuk membersihkan keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh. Sebagaimana diketahui, cara-cara perusahaan untuk memperoleh keuntungan kadang-kadang merugikan orang lain, baik itu yang tidak disengaja apalagi yang disengaja. Dikatakan sebagai mekanisme alamiah karena CSR adalah konsekuensi dari dampak keputusan-keputusan ataupun kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan, maka kewajiban perusahaan tersebut adalah membalikkan keadaan masyarakat yang mengalami dampak tersebut kepada keadaan yang lebih baik.

Menurut Ahyani dan Puspitasari (2019:246) mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* 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 saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*, dimana *bottom lines* selain *financial* terdapat juga sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Artinya baik buruknya kinerja perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kondisi keuangan perusahaan saja. Keberlanjutan kinerja 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. Adanya peningkatan kegiatan *corporate social responsibility*, maka kepedulian sosial dan lingkungan perusahaan akan mendapatkan dukungan masyarakat, sehingga eksistensi perusahaan di tengah-tengah masyarakat dapat diterima dengan baik.

Hadi (2011:157) Perusahaan merupakan satu entitas yang operasinya tak lepas dari pertimbangan *trade of* antara *cost* dan *benefit* dalam berbagai keputusan bisnis. Tak terkecuali, dalam pengambilan keputusan meningkatkan *corporate social responsibility* dan keterbukaan lewat pengungkapan sosial (*social disclosure*). Untuk itu, dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan, banyak ahli mencoba menggaris bawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab sosial. Menurut Crowther David dalam Hadi (2011:59) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu: mengemukakan bahwa prinsip – prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu:

1. *Sustainability*

berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhatikan keberlanjutan sumber daya dimasa depan. *Sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.

2. *Accountability*

merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap pemangku kepentingan.

3. *Transparency*.

merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Transparansi merupakan suatu hal yang amat

penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

Selain itu, Menurut Oktina *et al.* (2020:64) mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*-nya. *Corporate social responsibility* dimulai sejak era dimana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar *profitability* perusahaan. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka Panjang.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam Rusdianto (2013:7) mendefinisikan bahwa *corporate social responsibility* sebagai “*continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*”.

Maksudnya yaitu bahwa *corporate social responsibility* merupakan komitmen dunia usaha untuk beroperasi secara legal dan etis sehingga dapat berkontribusi dalam peningkatan perekonomian, sekaligus berperan dalam peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya dan juga berperan dalam peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas. Rudito dan Famiola (2019:113) Konsep *corporate social responsibility* melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, juga komunitas setempat (lokal).

Berbeda dengan penelitian menurut Hartman dalam Widenta (2012:3) mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab yang dimiliki perusahaan terhadap komunitas yang berkaitan dengan operasional bisnis sehingga perusahaan harus mengidentifikasi kelompok - kelompok *stakeholder* dan menggabungkan kebutuhan serta kepentingan mereka dalam proses pembuatan keputusan operasional dan strategis. Dalam bidang ekonomi,

corporate social responsibility diharapkan dapat meningkatkan atau mempengaruhi suatu bentuk perekonomian, dalam aspek hukum perusahaan dituntut untuk mengikuti setiap peraturan yang berlaku yang menyangkut tentang *corporate social responsibility*, dalam artian bahwa setiap perusahaan baik skala lokal maupun perusahaan asing harus melakukan tanggung jawab sosial perusahaan sesuai dengan peraturan ketentuan hukum yang berlaku, jika dilihat dari segi etika serta kontribusi pada isu sosial perusahaan harus, berperan penting dalam menjaga etika dalam kegiatan perusahaan tersebut seperti dalam memperhatikan dampak yang dihasilkan, serta menjaga keadaan lingkungan. Tanggung jawab sosial berkaitan dengan kode-kode etik, sumbangan perusahaan program-program *community relations* dan tindakan mematuhi hukum. Implementasi *corporate social responsibility* di Indonesia diatur dalam pasal 74 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas, tanggung jawab sosial, dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang mengelola/memiliki dampak terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan. Hal tersebut diperkuat dalam UU No. 25 tahun 2007 tentang penanaman modal, di mana pasal 15 huruf b menyebutkan bahwa Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Paramita (2019:9) *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan unsur penting dalam kerangka berkelanjutan perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan, sosial maupun budaya. Tanggung jawab sosial merupakan bentuk usaha maupun upaya perusahaan untuk melambungkan kualitas atau mutu dari perusahaan. CSR adalah tanggung jawab suatu organisasi sebagai suatu dampak dari keputusan maupun kegiatan kemasyarakatan dan lingkungan, melalui perilaku transparan untuk pembangunan berkelanjutan

Cahyaningtyas (2018:12) Regulasi-regulasi tersebut menjadi landasan sekaligus pedoman bagi perusahaan - perusahaan publik di Indonesia untuk menyelenggarakan wujud tanggung jawab sosial yang baik dan merata di seluruh aspek. Kharisma (2013:14) Tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan perusahaan sektor perbankan masih dalam bentuk yang relatif sederhana, seharusnya pengungkapan dan pelaksanaan berdasarkan pada indikator

kinerja ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan produk.

Maka menurut Rosdwianti *et al.* (2016:18) CSR merupakan bentuk pembangunan keberlanjutan perusahaan dengan bertanggung jawab terhadap sosial, ekonomi, dan lingkungan perusahaan akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Melalui pelaksanaan CSR diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan

2.2.4. Intellectual Capital

Berdasarkan fenomena terjadinya fluktuasi kinerja keuangan dan perkembangan perusahaan di era perekonomian modern dan global saat ini, membuat para pelaku bisnis mulai menyadari bahwa kemampuan bersaing perusahaan tidak hanya terletak pada kepemilikan aset berwujud, melainkan pada inovasi, sistem informasi, pengelolaan organisasi, dan sumber daya manusia yang dimilikinya. Menurut Hermawan dan Mardiyanti (2016:70) Agar perusahaan mampu bertahan dalam persaingan, perusahaan dituntut untuk mulai mengubah strategi bisnis yang awalnya didasarkan pada tenaga kerja (*labor-based business*) menuju bisnis yang berdasarkan pengetahuan (*knowledge-based business*).

Menurut Guthrie dan Petty dalam Ulum (2015:63) mengemukakan bahwa salah satu pendekatan yang digunakan untuk menilai dan mengukur aset pengetahuan adalah modal intelektual. Sukmana dan Fitria (2019:2) *Intellectual capital* berperan penting dalam kinerja dan keberlangsungan suatu perusahaan secara keseluruhan. Untuk menunjang daya saing perusahaan, *Intellectual capital* memiliki nilai tambah bagi perusahaan yang dapat diperoleh dari pengelolaan perusahaan serta kemampuan perusahaan dalam memberikan motivasi bagi karyawan sehingga dapat mengoptimalkan potensi karyawan guna meningkatkan nilai perusahaan baik untuk saat ini ataupun dimasa yang akan datang. Dengan adanya modal intelektual tersebut, perusahaan akan mendapatkan tambahan keuntungan atau keamanan proses usaha serta memberikan perusahaan suatu nilai lebih dibanding dengan kompetitor atau

perusahaan lain. *Intellectual capital* dan aset tidak berwujud adalah sama dan seringkali menggantikan (*overlap*).

Dewi dan Dewi (2020:132) Modal intelektual dijadikan sebuah pendekatan untuk menilai dan mengukur aset pengetahuan. Dalam perusahaan, Modal intelektual memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan nilai perusahaan. Selain itu, Modal Intelektual mencakup semua pengetahuan karyawan dan kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif. Modal intelektual mempunyai kebutuhan dan manfaat bagi perusahaan dalam pengetahuan intensif pada sektor teknologi tinggi dan industri jasa, sehingga perusahaan cenderung berinvestasi secara substansial pada modal intelektual. Lutfillah dan Sukmana (2018:57) Modal intelektual untuk setiap organisasi pun memiliki keunikan yang berbeda-beda bergantung pada *core business* (aktivitas utama suatu bisnis) dan *core competency* (keunggulan yang dimiliki suatu perusahaan dibandingkan pesaingnya).

Sawarjuwono dan Kadir (2003:38) *International Federation of Accountants (IFAC)* mengklasifikasikan *intellectual capital* dalam tiga kategori, yaitu: *human capital*, *structural capital* atau *organization capital* dan *relational capital* atau *customer capital* yang secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

1. *Human Capital*

human capital merupakan *lifeblood* dalam *intellectual capital*. Disinilah sumber *innovation* dan *improvement*, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur. *Human capital* juga merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan dan kompensasi dalam suatu organisasi atau perusahaan. *Human capital* mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. *Human Capital* akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya. Memberikan beberapa karakteristik dasar yang dapat diukur dalam modal ini, yaitu *training programs*, *credential*, *experience*, *competence*, *recruitment*, *mentoring*, *learning programs*, *individual potential and*

personality. Menurut Bontis *et al.* (2000) dalam Ulum (2013:191), secara sederhana HC merepresentasikan *individual knowledge stock* suatu organisasi yang direpresentasikan oleh karyawannya. HC merupakan kombinasi dari *genetic inheritance; education; experience, and attitude* tentang kehidupan dan bisnis.

2. *Structural Capital*

Structural capital merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses manufaktur, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk maka *intellectual capital* tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensi yang tidak dimanfaatkan secara maksimal. Menurut Bontis *et al.* (2000) dalam Ulum (2013:191) menyebutkan bahwa SC meliputi seluruh *non-human storehouses of knowledge* dalam organisasi. Termasuk dalam hal ini adalah *database, organisational charts, process manuals, strategies, routines* dan segala hal yang membuat nilai perusahaan lebih besar daripada nilai materialnya.

3. *Relational Capital* atau *Customer Capital*

merupakan komponen *intellectual capital* yang memberikan nilai secara nyata. *Rational capital* merupakan hubungan yang harmonis / *association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya, baik yang berasal dari para pemasok yang andal dan berkualitas, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar. *Relation capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut. Menurut Bontis *et al.*(2000) dalam Ulum (2013:191) RC atau CC adalah pengetahuan yang melekat dalam *marketing channels* dan *customer*

relationship dimana suatu organisasi mengembangkannya melalui jalannya bisnis.

Intellectual capital sering diproksikan dengan menggunakan VAICTM yang dikembangkan oleh Pulic. VAICTM diciptakan untuk menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari aset berwujud (*tangible assets*) dan aset tak berwujud (*intangible assets*) yang dimiliki perusahaan. Model Pulic ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menciptakan *value added (VA)*.

Menurut Ulum (2013:193) VA dipengaruhi oleh efisiensi dari *Human Capital (HC)* dan *Structural Capital (SC)*. Hubungan lainnya dari VA adalah *capital employed (CE)*, yang dalam hal ini dilabeli dengan VACA. VACA adalah indikator untuk VA yang diciptakan oleh satu unit dari *physical capital*. Pulic mengasumsikan bahwa jika 1 unit dari CE menghasilkan *return* yang lebih besar daripada perusahaan yang lain, maka berarti perusahaan tersebut lebih baik dalam memanfaatkan CE-nya. Dengan demikian, pemanfaatan CE yang lebih baik merupakan bagian dari IC perusahaan. Hubungan selanjutnya adalah VA dan HC. *Value Added Human Capital (VAHU)* menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Hubungan antara VA dan HC mengindikasikan kemampuan dari HC untuk menciptakan nilai di dalam perusahaan. Konsisten dengan pandangan para penulis IC lainnya, Pulic berargumen bahwa *total salary and wage costs* adalah indikator dari HC perusahaan. Perusahaan tidak dapat menciptakan pengetahuan dengan sendirinya tanpa inisiatif dari individu yang terlibat dalam proses organisasi. *Human capital* menjadi sangat penting karena merupakan aset perusahaan dan sumber inovasi serta pembaharuan. Karyawan dengan human capital yang tinggi akan lebih memungkinkan untuk memberikan layanan yang berkualitas sehingga dapat mempertahankan maupun menarik pelanggan baru. Hubungan ketiga adalah *Structural Capital Coefficient (STVA)*, yang menunjukkan kontribusi *structural capital (SC)* dalam penciptaan nilai. STVA mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai. SC bukanlah ukuran yang

independen sebagaimana HC, variabel dependen terhadap *value creation*. Artinya, semakin besar kontribusi HC dalam *value creation*, maka akan semakin kecil kontribusi SC dalam hal tersebut. Pulic menyatakan bahwa SC adalah VA dikurangi HC, yang hal ini telah diverifikasi melalui penelitian empiris pada sektor industri tradisional.

Indikator utama VAICTM yaitu efisiensi *intellectual capital* (penjumlahan dari efisiensi *human capital* - VAHU, *efisiensi structural capital* - STVA, dan *efisiensi capital employed* - VACA). Keunggulan metode VAICTM adalah kemudahan dalam memperoleh data dari berbagai sumber dan jenis perusahaan. Selain itu, VAICTM dianggap sebagai indikator yang cocok untuk mengukur modal intelektual pada riset empiris.

2.2.5. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari kegiatan yang dilakukan perusahaan. Dalam meningkatkan kinerja perusahaan dengan membuat suatu laporan keuangan yang telah memenuhi standar dan ketentuan dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK) atau *General Accepted Accounting Principle* (GAAP). Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Hal ini sangat penting agar sumber daya digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan.

Salah satu cara untuk menilai efisiensi kinerja keuangan dari suatu usaha dalam manajemen keuangan adalah dengan menggunakan analisis rasio profitabilitas. Profitabilitas perusahaan adalah salah satu landasan penilaian yang mencerminkan keadaan/kondisi perusahaan. Dalam menilai kondisi tersebut dibutuhkan alat-alat analisis serta dasar teori yang kuat. Rasio profitabilitas merupakan suatu model analisis yang berupa perbandingan data keuangan sehingga informasi keuangan tersebut menjadi lebih berarti. Menurut Subardi

(2019:3) profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya. Disamping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektivitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Beberapa fenomena menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki keuntungan atas operasi perusahaan yang dilakukan cenderung menyampaikan laporan keuangan secara tepat waktu. Rasio profitabilitas dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur tingkat efektivitas kinerja manajemen. Kinerja yang baik akan ditunjukkan lewat keberhasilan manajemen dalam menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan. Rasio profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan. Dalam prakteknya ada banyak tujuan dan manfaat yang dapat diperoleh dari rasio profitabilitas, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Pengukuran kinerja (*performing measurement*) adalah kualifikasi dan efisiensi serta efektivitas perusahaan dalam pengoperasian bisnis selama periode akuntansi. Menurut Hery (2016:152) Pengukuran rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada didalam laporan laba rugi dan/atau neraca . pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode. Tujuannya adalah untuk memonitor dan mengevaluasi tingkat perkembangan profitabilitas perusahaan dari waktu ke waktu. Pengukuran kinerja digunakan perusahaan untuk melakukan perbaikan di atas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Analisis kinerja keuangan merupakan proses pengkajian secara kritis terhadap *review* data, menghitung, mengukur, menginterpretasi, dan memberi solusi terhadap keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu.

Aisyiah *et al.* (2013:109) Penilaian kinerja berfungsi untuk memperlihatkan kepada investor atau masyarakat secara umum bahwa perusahaan mempunyai kredibilitas yang baik. Apabila perusahaan mempunyai kredibilitas yang baik, maka akan mendorong para investor untuk menanamkan modalnya. Bagi investor

yang penting adalah tingkat imbalan (*rate of return*) dari modal yang telah ditanamkan dalam suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan penghasilan yang diperoleh dari investor berasal dari dividen yang diterima secara periodik atau dari kenaikan harga saham. Maka apabila kinerja perusahaan baik maka nilai usaha akan tinggi. Dengan nilai usaha yang tinggi membuat para investor melirik perusahaan tersebut untuk menanamkan modalnya sehingga akan terjadi kenaikan harga saham atau dapat dikatakan bahwa harga saham merupakan fungsi dari nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio untuk mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka perusahaan tersebut semakin baik.

2.3 Pengaruh Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap

Profitabilitas

Dalam praktik *corporate social responsibility* memiliki peranan penting bagi perusahaan karena perusahaan hidup dilingkungan masyarakat dan kemungkinan aktivitasnya memiliki dampak sosial dan lingkungan. Reputasi perusahaan menjadi perhatian oleh calon investor yang dapat dinilai dari profitabilitas perusahaan sehingga perlu dijaga untuk mendukung keberlangsungan hidup perusahaan.

Penelitian Hadi (2011:65) menunjukkan bahwa tanggung jawab perusahaan memiliki kandungan dan konsekuensi baik secara sosial (*social consequences*), maupun secara ekonomi (*economic consequences*). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas tanggung jawab dengan penuh keseriusan, dan didukung oleh strategi implementasi yang tepat, memiliki manfaat, seperti ; mengurangi legitimasi masyarakat, apresiasi masyarakat, meningkatkan nilai bagi masyarakat, mengurangi *complain* masyarakat, membantu pemecahan persoalan yang dihadapi masyarakat baik dibidang sosial, ekonomi, dan kesehatan. Disamping itu, tingkat tanggung jawab sosial perusahaan ternyata juga memiliki dampak terhadap peningkatan kinerja

ekonomi perusahaan seperti; meningkatkan penjualan, legitmasi pasar, meningkatkan apresiasi investor di pasar modal, meningkatkan nilai kesejahteraan pemilik dan sejenisnya.

Dalam penelitian Budiasih (2015:83) menyatakan bahwa *corporate social responsibility disclosure* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas karena dampak pengungkapan CSR yang masih rendah tidak berpengaruh terhadap peningkatan ROA. Hal ini mungkin disebabkan masih kurangnya pemahaman dan kepedulian tentang suatu aktivitas *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Selain itu, manajemen dalam bank kurang konsisten dalam merencanakan, melaksanakan dan mengungkapkan CSR sehingga belum memicu motivasi dalam meningkatkan peran dan posisi bank di bisnis global.

Hal ini bertentangan dengan penelitian Lestari *et al.* (2019:11), Rosdwianti *et al.* (2016:20) pengungkapan *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Dengan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*, maka konsumen pun akan memberikan reaksi yang positif terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan itu sendiri. Ini akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu produk loyalitas konsumen inilah yang akan meningkatkan penjualan produk, yang berimbas pada peningkatan laba perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang melaksanakan *corporate social responsibility* yang dapat dilihat dari *corporate social responsibility* akan mendapat banyak keuntungan seperti kesetiaan pelanggan dan kepercayaan dari kreditor dan investor. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan CSR dalam laporan tahunan maka profitabilitas perusahaan akan mengalami peningkatan. Berdasarkan penelitian dan teori di atas maka jawaban sementara adalah *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

2.3.2 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Profitabilitas

Modal intelektual digolongkan sebagai aset tak berwujud yang penting bagi menciptakan nilai sehingga meningkatkan keuntungan. Dalam perspektif bahwa

profitabilitas merupakan ukuran kinerja perusahaan, maka menjadi sangat rasional. Ketika kinerja IC akan berpengaruh terhadap profitabilitas *intellectual capital*.

Praktik akuntansi konservatisme menekankan bahwa investasi perusahaan dalam *intellectual capital* yang disajikan dalam laporan keuangan, dihasilkan dari peningkatan selisih antara nilai pasar dan nilai buku. Semakin baik perusahaan dalam mengelola komponen *intellectual capital* maka semakin baik perusahaan dalam mengelola aset.

Beberapa penelitian, Fariyah dan Setiawan (2020:162) dan Nurhotimah (2015:82) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Namun hal tersebut ditolak karena telah dibuktikan penelitian oleh Cahyani *et al.* (2015:16) dan Jelita (2018:6) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hal ini memperlihatkan perusahaan telah memanfaatkan kemampuan daya pikir karyawannya dalam menciptakan keuntungan dan nilai bagi perusahaan.

Selain itu, seberapa penelitian empiris yang dilakukan oleh Budiasih (2015:83), Cahyani *et al.* (2015:16) *Intellectual capital* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hal ini berarti *stakeholder* memiliki peran yang penting dalam pengelolaan sumber daya intelektual yang dimiliki perusahaan dimana hal ini dapat meningkatkan profitabilitas yang akan dihasilkan oleh perusahaan. Maka tersebut bahwa pengelolaan *intellectual capital* yang baik dapat menciptakan nilai tambah yang berguna dalam peningkatan profitabilitas perusahaan. Berdasarkan penelitian dan teori diatas maka jawaban sementara adalah *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

2.3.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan *Intellectual*

***Capital* terhadap Profitabilitas**

Kinerja perusahaan yang baik akan menghasilkan keuntungan yang tinggi, dengan di dukung oleh banyak faktor diantaranya dengan *corporate social responsibility*, dan *intellectual capital*. Hal ini sesuai dengan pernyataan Adrian

(2012:14) bahwa semakin besar perusahaan yang dikelola memperoleh laba semakin besar pula keuntungan yang didapatkan. Dalam penelitian Chintya dan Haryanto (2013:99) dan Budiasih (2015:82), mengemukakan bahwa *corporate social responsibility disclosure* dan *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi *intellectual capital* dan *corporate social responsibility* yang dihasilkan oleh perusahaan maka profitabilitas perusahaan akan semakin tinggi. Hal tersebut dapat meningkatkan kinerja bagi perusahaan.

Namun hal tersebut bertentangan dengan penelitian Priyono (2020:52) mengemukakan bahwa pengaruh *corporate social responsibility disclosure* dan *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Berdasarkan penelitian dan teori di atas maka jawaban sementara *corporate social responsibility disclosure* dan *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap profitabilitas

2.4 Hipotesis

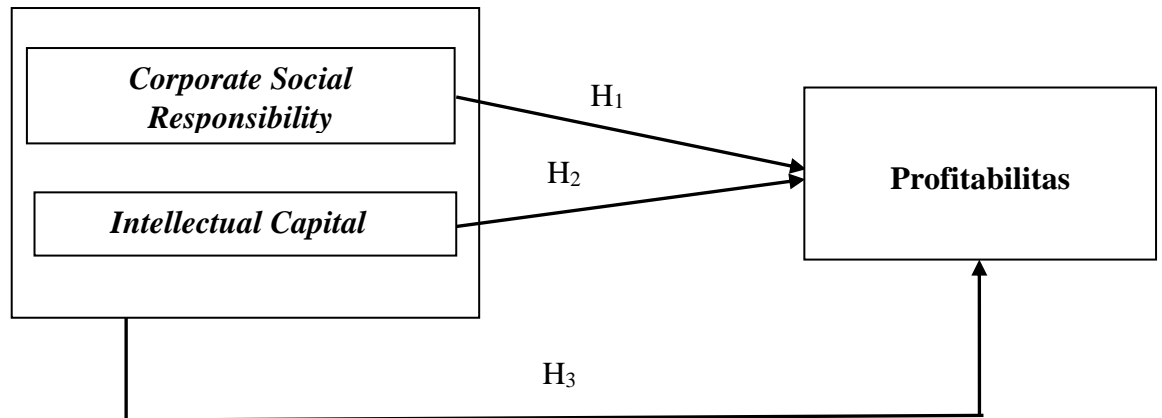
H₁ : *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh positif terhadap Profitabilitas

H₂ : *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Profitabilitas

H₃ : *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Profitabilitas

2.5 Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual penelitian ini adalah :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar 2.1 adanya pengaruh *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* terhadap profitabilitas. Dibuktikan oleh penelitian Lestari *et al.* (2019:11) dan Rosdwianti *et al.* (2016:20) mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Selain itu, Cahyani *et al.* (2015:16) dan Jelita (2018:8) melakukan penelitian tentang pengaruh *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Selain itu, Penelitian ini juga menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. Dalam hal ini Perusahaan diharapkan akan selalu berusaha menjaga profitabilitas perusahaan karena profitabilitas yang baik, akan mendorong investor untuk berinvestasi diperusahaan tersebut.