

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam menyelesaikan penelitian ini peneliti membutuhkan penelitian terdahulu sebagai perbandingan, ada 3 (tiga) dari jurnal berbahasa Indonesia, 2 (dua) dari jurnal berbahasa Inggris, 1 (satu) skripsi umum dan 1 (satu) skripsi dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Perbandingan ini bertujuan untuk dapat membandingkan keakuratan, kebenaran, dan kejelasan suatu penelitian.

Bahan perbandingan pertama, peneliti mereview jurnal penelitian yang dilakukan oleh Rita Yuliana, dari Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo, tahun 2008. Jurnal Akuntansi dan Keuangan ini terletak pada Volume 5 Nomor 2 halaman 245-276. Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Dampaknya terhadap Reaksi Investor”**. Di dalam penelitiannya, Rita menggunakan metode statistik, yaitu *Partial Least Square* (PLS). Metode ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar karakteristik perusahaan yang meliputi ukuran perusahaan, profitabilitas, profil, ukuran dewan komisaris, dan konsentrasi kepemilikan berpengaruh terhadap tingkat keluasan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan juga dari hasil tingkat keluasan pengungkapan CSR apakah berpengaruh terhadap reaksi investor yang di uji dengan abnormal return dan volume perdagangan saham.

Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa karakteristik perusahaan yang terbukti berpengaruh terhadap tingkat keluasan pengungkapan CSR adalah *Profile* Perusahaan dan Konsentrasi Kepemilikan. Sedangkan tiga karakteristik lainnya, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris tidak terbukti berpengaruh terhadap tingkat keluasan Pengungkapan CSR. Tingkat Keluasan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap reaksi investor, yang diukur menggunakan *abnormal return* dan volume perdagangan saham.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian saya yaitu terletak pada jumlah variabel pembahasannya, penelitian Rita terdiri dari 7 variabel, sedangkan penelitian saya terdiri dari 3 variabel. Jadi bisa dilihat pengaruh antar variabel penelitian Rita lebih luas dan banyak cakupannya jika dibandingkan dengan penelitian saya.

Untuk lebih luas pemahamannya mengenai CSR dan Profitabilitas, peneliti kembali mereview jurnal penelitian dilakukan oleh Adeng Pustikaningsih, dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, tahun 2011. Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia ini terletak pada Volume 9 Nomor 2 halaman 32-39. Penelitian ini berjudul **“Analisis Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Jasa (Studi Kasus Perusahaan Jasa di D.I. Yogyakarta)”**. Di dalam penelitiannya, Adeng melakukan penelitian dengan model *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan *Software* AMOs versi 16, dimana terdapat dua variable konstruk yang keduanya menggunakan skala likert 5 point dimana 1 menunjukkan sangat rendah dan 5 menunjukkan sangat tinggi. Cara ini digunakan peneliti untuk mengetahui apakah ada pengaruh CSR terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

Berbeda dengan penelitian (Rita: 2008) sebelumnya, Berdasarkan model SEM yang telah dilakukan Adeng, diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa CSR berhubungan dengan Kinerja Keuangan dengan Probabilitas 1%. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara karakteristik CSR dengan karakteristik Kinerja Keuangan dapat diterima.

Perbedaan antara penelitian Adeng dengan penelitian saya terletak pada letak tempat penelitiannya. Penelitian ini meneliti perusahaan Jasa yang terletak di D.I. Yogyakarta, sedangkan saya meneliti perusahaan Pertambangan yang tergabung di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Selanjutnya peneliti mereview kembali jurnal penelitian, berikut penelitian dilakukan oleh Syahriah Sari tahun 2011. Jurnal Akuntansi dan Keuangan ini terletak pada Volume 7 Nomor 2 halaman 27-33. Penelitian Syahriah ini berjudul **“Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk Makassar”**. Di dalam penelitiannya, Syahriah menggunakan metode penelitian gabungan (kualitatif kuantitatif). Dalam perhitungannya, Syahriah menggunakan metode desain faktorial (*factorial design*) yang merupakan modifikasi dari *design true experimental*, yaitu dengan memperhatikan kemungkinan adanya variabel moderator yaitu kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah merupakan variabel endogen (dependen) dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan variabel eksogen (independen). Cara ini digunakan Syahriah untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara CSR terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan Syahriah, diperoleh hasil yaitu bahwa ternyata terdapat pengaruh yang signifikan antara CSR terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah di PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk Makasar.

Perbedaan antara penelitian Syahriah dengan penelitian saya terletak pada metode yang dipakai dan tempat penelitiannya. Metode penelitian yang Syahriah pakai adalah metode gabungan (kualitatif kuantitatif), sedangkan penelitian saya menggunakan metode kuantitatif. Lalu, Syahriah meneliti perusahaan Perbankan yaitu PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk Makassar, sedangkan saya meneliti perusahaan Pertambangan yang tergabung di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Selanjutnya peneliti mereview jurnal penelitian berbahasa Inggris sebagai perbandingan. Penelitian ini dilakukan oleh Kresno Agus Hendarto, *Forestry Research Institute of Mataram*, Nusa Tenggara Barat Indonesia tahun 2009. Jurnal Gadjah Mada *International Journal of Business* terletak di volume 11 nomor 3 halaman 409-441. Judul penelitian Kresno yaitu **“The Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in Central Java Earthquake: A Preliminary Study on Consumer Belief, Attitude, and Purchase Intention”**. Penelitian ini lebih difokuskan

pada studi kasus. Sama dengan penelitian (Syahriah: 2011) sebelumnya, penelitian ini juga menggunakan metode penelitian gabungan (kualitatif kuantitatif). Di dalam penelitiannya, Kresno membahas studi kasus bahwa baru 4 (empat) bulan penerapan CSR diwajibkan bagi perseroan terbatas, sudah ada 6 partai (perusahaan) yang telah meminta *judicial review* ke mahkamah konstitusi untuk pelaksanaan wajib CSR ini. Mereka berpendapat bahwa pelaksanaan wajib CSR mungkin mengakibatkan hukum ragu (tidak meyakinkan), membuat bisnis tidak efisien, penurunan daya saing, dan memicu perlakuan diskriminatif. Untuk mencari tahu permasalahan ini maka Kresno mencoba melakukan penelitian Gempa di Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan apakah pelaksanaan CSR akan menyebabkan penurunan daya saing. Penelitian ini membahas model keyakinan, sikap, dan niat beli konsumen terhadap sebuah perusahaan menerapkan CSR. Tahap pertama penelitian ini menggunakan *focus group discussion* (FGD) untuk mengumpulkan data dari orang-orang yang telah mendapat manfaat dari CSR dan dianalisis dengan menggunakan analisis isi. Hasil tahap pertama kemudian menjadi dasar untuk tahap kedua. Pada tahap 1, pendekatan kualitatif digunakan. Sejalan dengan tujuan penelitian, tujuan penelitian untuk fase 1 adalah untuk memahami apakah dana disumbangkan diberikan selama pemulihan setelah gempa merupakan bagian dari CSR. Hal ini dilakukan dengan mengidentifikasi motivasi perusahaan dalam melaksanakan CSR melalui peserta FGD. Sub - pertanyaan dalam tahap 1 adalah: (1) pengetahuan dan persepsi CSR penerima program perusahaan, (2) evaluasi yang dilakukan oleh CSR penerima program perusahaan, dan (3) kecenderungan penerima Program CSR berperilaku dalam perusahaan.

Berdasarkan uji penelitian yang dilakukan Kresno, diperoleh hasil bahwa temuan tidak mendukung kegiatan CSR, khususnya CSR filantropi, sehingga mengakibatkan penurunan daya saing.

Review jurnal penelitian bahasa Inggris selanjutnya yaitu membahas tentang Profitabilitas. Penelitian dilakukan oleh Abu Zafar dari *Lecturer, Sher-e-Bangla Agricultural University, Dhaka, Bangladesh* tahun 2013. Jurnal *International Journal*

of *Economics, Finance, and Management Sciences* terletak pada volume 1 nomor 3 halaman 159-165. Judul penelitian Zafar yaitu **“Production and Profitability of Banana in Bangladesh-an Economic Analysis”**. Dalam penelitiannya, Zafar mencoba untuk menentukan profitabilitas relatif pisang di Narsingdhi selama periode Januari-Maret, 2013. Zafar menyelidiki rasio biaya-biaya, keuntungan dan manfaat total untuk saluran pemasaran yang berbeda seperti produsen pisang, grosir dan pengecer. Zafar mencari data dengan wawancara. Wawancara di bagi menjadi tiga kelompok yaitu para petani, grosir dan pengecer. Ketiga kelompok tersebut masuk ke dalam populasi penelitian. Pemilihan sampel di lakukan secara acak (*random sampling*).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Zafar, diperoleh hasil yaitu bahwa petani dapat memperoleh pengembalian bersih positif dari budidaya pisang. Temuan dari studi ini juga mengungkapkan bahwa perdagangan pisang adalah usaha yang menguntungkan kepada perantara yang berbeda. Keuntungan pengecer adalah lebih tinggi dari perantara lain dan keuntungan ditemukan wajar. Kesenjangan antara harga produsen dan harga konsumen cukup besar dan produsen tidak mendapatkan harga yang wajar untuk yang mereka produksi, di sisi lain para perantara terutama margin pemasaran bersih bagi pengecer cukup tinggi dan akhirnya konsumen adalah penderita utama dari sistem pemasaran.

Dalam menyelesaikan penelitian ini peneliti juga membutuhkan skripsi dari luar dan dalam STEI sebagai perbandingan. Skripsi umumnya yaitu dilakukan oleh Anggara Fahrizqi, Mahasiswa dari Universitas Diponegoro Semarang, tahun 2010. Penelitian Anggara ini berjudul **“Faktor – faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan”**. Didalam penelitiannya, Anggara meneliti bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *content analysis* terhadap pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan. *Content analysis* dilakukan dengan metode *check*

list terhadap item-item pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Penelitian ini dilakukan terhadap perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode 2005-2008.

Dari hasil penelitian Anggara ini disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dengan arah positif, sedangkan yang dua lainnya, yaitu *leverage* dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh dalam pengungkapan CSR.

Perbedaan antara penelitian Anggara dengan penelitian saya terletak pada jumlah variabel dan tempat penelitiannya. Dari segi jumlah variabel, Penelitian Anggara memiliki 5 variabel, sedangkan penelitian saya memiliki 3 variabel. Dari segi tempat penelitian, Anggara meneliti perusahaan Manufaktur yang tergabung pada Bursa Efek Indonesia (BEI), sedangkan saya meneliti perusahaan Pertambangan yang tergabung di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Skripsi selanjutnya dilakukan oleh Maya Rahmawati, Mahasiswi Jurusan Akuntansi dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), tahun 2012. Penelitian Anggara ini berjudul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Kimia dan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”**. Skripsi Maya ini menggunakan metode penelitian yaitu *Expost Facto*. Cara ini digunakan peneliti untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan keuangan tahunan dan juga pengaruhnya CSR terhadap nilai perusahaan terhadap perusahaan manufaktur sektor kimia dan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Berdasarkan hasil penelitian Maya disimpulkan bahwa jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) meningkat maka Nilai Perusahaan juga akan meningkat dan begitu sebaliknya.

Perbedaan antara penelitian Maya dengan penelitian saya terletak pada metode penelitian dan tempat penelitiannya. Dalam segi metode penelitian, Penelitian Maya menggunakan metode Kualitatif, sedangkan penelitian saya menggunakan

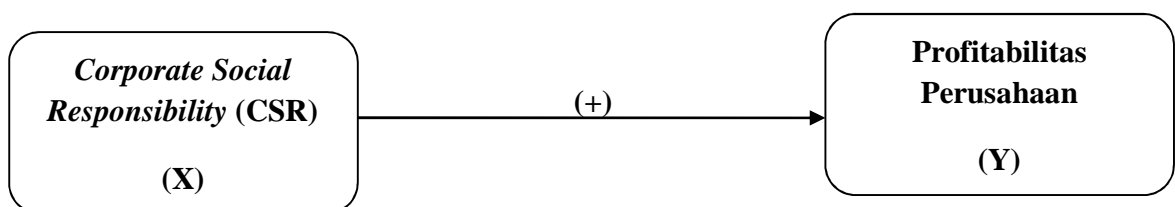
metode Kuantitatif. Dalam segi tempat penelitian, Maya meneliti perusahaan Manufaktur sektor kimia dan farmasi yang tergabung pada Bursa Efek Indonesia (BEI), sedangkan saya meneliti perusahaan Pertambangan yang tergabung di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Pembuktian mengenai hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas tidak hanya sekedar teori yang telah dibuktikan dari review penelitian terdahulu saja, melainkan ada banyak penelitian yang menyatakan bahwa keduanya berhubungan. Ada yang mengatakan berhubungan positif dan ada pula yang menyatakan hubungan negatif (seperti hasil penelitian Rita sebelumnya).

Peneliti juga menemukan banyak penelitian lain yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Skripsi (Melisa: 2009) pun juga menyebutkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap Profitabilitas perusahaan. Penelitian Melisa pun sejalan dengan penelitian (Fauzi et al: 2008) yang menyebutkan bahwa bukti empiris mengenai kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROA berhubungan positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Dan ada lagi skripsi dari (Ariyani: 2008) yang menyebutkan bahwa pengungkapan informasi CSR dalam laporan keuangan maupun dalam laporan tahunan berpengaruh positif secara signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

Dari pembahasan diatas bisa digambarkan (dihipotesiskan) dalam bentuk diagram, yaitu sebagai berikut :



Gambar 2.1. Hubungan Konseptual Antar Variabel (Hipotesis Peneliti, 2013)

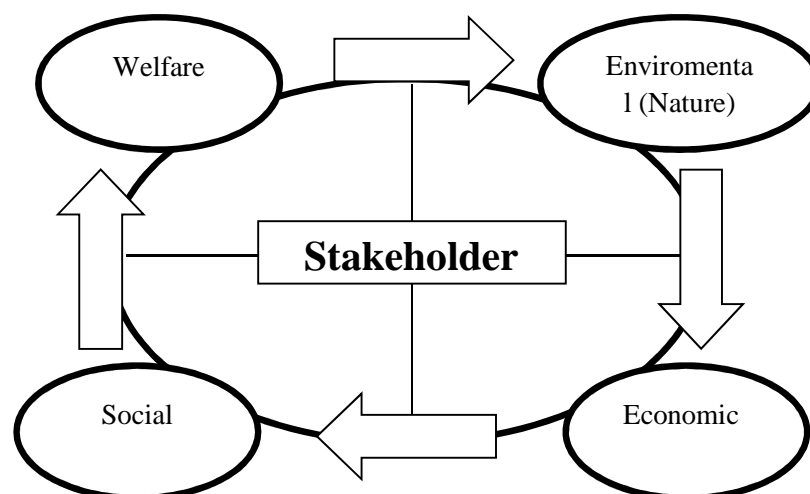
Pada Perkembangan bisnis saat ini, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan, ini dilihat dari perkembangan perusahaan yang melaksanakan CSR. Perusahaan tersebut berjangka waktu lama dan tumbuh pesat dalam *Income* Perusahaannya setelah melaksanakan CSR. Tidak dipungkiri hipotesis antara CSR dengan Profitabilitas Perusahaan memiliki hubungan positif.

2.2. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

2.2.1. Ruang Lingkup CSR

Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme (sama-sama menguntungkan satu sama lain) untuk mendapatkan dukungan dari lingkungan/masyarakat. Wajar jika perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi positif pada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan.

Perusahaan harus mempertimbangkan tahap *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk mendongkrak citra perusahaan. Tahap CSR ini memang harus mengeluarkan pendapatan perusahaan secara sukarela diawal, namun nama atau *image* perusahaan akan dikenal baik di lingkungannya.



Gambar 2.2. Lingkup CSR (Rahmatullah dan Kurniati: 2011, 8)

Pada hakikatnya CSR adalah nilai atau jiwa yang melandasi aktivitas perusahaan secara umum, dikarenakan CSR menjadi pijakan komprehensif dalam aspek ekonomi, sosial, kesejahteraan dan lingkungan (Rahmatullah dan Kurniati: 2011, 8).

2.2.2. Stakeholders

Dalam melakukan praktik CSR tidak bisa terlepas kaitannya dengan istilah *stakeholders* atau pemangku kepentingan. Istilah *stakeholder* sudah sangat populer. Kata ini telah dipakai oleh banyak pihak dan hubungannya dengan berbagai ilmu atau konteks, misalnya manajemen bisnis, ilmu komunikasi, pengelolaan sumberdaya alam, sosiologi, dan lain-lain. Secara sederhana definisi *stakeholder* dideskripsikan oleh (Tanari: 2009, 17) adalah kelompok-kelompok yang mempengaruhi dan/atau dipengaruhi oleh organisasi tersebut sebagai dampak dari aktivitas-aktivitasnya.

Jika dilakukan pemetaan, *stakeholders* dalam entitas perusahaan terbagi ke dalam 7 (tujuh) jenis menurut (Rahmatullah dan Kurniati: 2011, 11), diantaranya: pelanggan, masyarakat, karyawan, pemegang saham, lingkungan, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan Pemerintah.

Kesuksesan atau hidup matinya suatu korporasi sangat tergantung pada kemampuannya untuk menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder*-nya seperti investor, kreditor, pemasok, pelanggan, karyawan, pemerintah dan masyarakat. Bila mampu menyelaraskannya, korporasi akan meraih dukungan yang berkelanjutan dari *stakeholder*, akibatnya pangsa pasar, penjualan, dan laba akan tumbuh berkesinambungan. Biaya-biaya yang dikeluarkan juga akan bisa diminimalisir (Lako: 2011, 57).

Dalam *stakeholder theory* Donaldson, 1995, terdapat tiga aspek dari teori stakeholder yaitu deskriptif, instrumental, dan normatif, berikut penjelasannya:

1. Aspek deskriptif memiliki arti bahwa teori mendeskripsikan asal perusahaan, cara manajemen berfikir mengenai proses manajerial, dan

bagaimana anggota dewan berfikir mengenai kepentingan pemilik perusahaan serta bagaimana perusahaan sesungguhnya dikelola

2. Aspek kedua yaitu instrumental, dimana teori mengidentifikasi hubungan atau kelemahan hubungan antara *stakeholder* dan prestasi dari tujuan perusahaan tradisional
3. Aspek ketiga yaitu normatif yang menginterpretasikan fungsi dari perusahaan termasuk identifikasi moral dan pedoman filosofi untuk operasi dan manajemen perusahaan.

Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholders*nya (Ghozali dan Chariri: 2008, 27). Kasali dalam (Wibisono: 2007, 86) membagi *stakeholders* menjadi sebagai berikut:

1. *Stakeholders* Internal dan *stakeholders* eksternal

Stakeholders internal adalah *stakeholders* yang berada di dalam lingkungan organisasi. Misalnya karyawan, manajer dan pemegang saham (*shareholder*). Sedangkan *stakeholders* eksternal adalah *stakeholders* yang berada di luar lingkungan organisasi, seperti penyalur atau pemasok, konsumen atau pelanggan, masyarakat, pemerintah, pers, kelompok *social responsible investor*, *licensing partner* dan lain-lain.

2. *Stakeholders* primer, sekunder dan marjinal

Tidak semua elemen dalam *stakeholders* perlu diperhatikan. Perusahaan perlu menyusun skala prioritas. *Stakeholders* yang paling penting disebut *stakeholders* primer, *stakeholders* yang kurang penting disebut *stakeholders* sekunder dan yang biasa diabaikan disebut *stakeholders* marjinal. Urutan prioritas ini berbeda bagi setiap perusahaan meskipun produk atau jasanya sama. Urutan ini juga bisa berubah dari waktu ke waktu.

3. *Stakeholders* tradisional dan *stakeholders* masa depan

Karyawan dan konsumen dapat disebut sebagai *stakeholders* tradisional, karena saat ini sudah berhubungan dengan organisasi. Sedangkan *stakeholders* masa depan adalah *stakeholders* pada masa yang akan datang

diperkirakan akan memberikan pengaruhnya pada organisasi seperti mahasiswa, peneliti dan konsumen potensial.

4. *Proponents, opponents, dan uncommitted*

Diantara *stakeholders* ada kelompok yang memihak organisasi (*proponents*), menentang organisasi (*opponents*) dan ada yang tidak peduli atau abai (*uncommitted*). Organisasi perlu mengenal *stakeholders* yang berbeda-beda ini agar dapat melihat permasalahan, menyusun rencana dan strategi untuk melakukan tindakan yang proposional.

5. *Silent majority dan vokal minority*

Dilihat dari aktivitas *stakeholders* dalam melakukan komplain atau mendukung perusahaan, tentu ada yang menyatakan pertentangan atau dukungannya secara *vokal* (aktif) namun ada pula yang menyatakan secara *silent* (pasif).

2.2.3. Manfaat CSR

Dilihat dari tindak langsungnya dalam suatu perusahaan, CSR memang dianggap sebagai beban yang sia-sia oleh segelintir orang. Karena beberapa orang hanya memikirkan secara logika yaitu hanya ingin untung saja. Namun setelah dilihat dari beberapa penelitian terdahulu tentang CSR terhadap profit perusahaan rata-rata memiliki pengaruh positif. Bahkan menurut (Lako: 2011, 218) yang telah melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur tahun 2007-2008, diperoleh hasil empiris bahwa relevansi nilai laporan keuangan dari perusahaan yang sangat peduli CSR jauh lebih tinggi daripada perusahaan yang kurang peduli terhadap CSR. Terjadi perbedaan yang signifikan antara keduanya.

Terbukti dari penelitian Lako tersebut bahwa ada manfaat didalam CSR, menurut (Lako: 2011, 90) manfaatnya adalah sebagai berikut:

1. Sebagai investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan dalam jangka panjang
2. Memperkokoh profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan

3. Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen
4. Meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi, dan produktivitas karyawan
5. Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan dan dihargai perusahaan
6. Meningkatnya reputasi, *goodwill* dan nilai perusahaan dalam jangka panjang

Masyarakat sekarang lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Sekarang, masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan CSR. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. *Corporate Social Responsibility* dapat digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat (Satyo, *Media Akuntansi Edisi 4*: 2005, 8).

Dan adapun manfaat CSR menurut (Untung: 2008, 45), antara lain:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra perusahaan
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha

5. Membuka peluang pasar yang lebih luas
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator
9. Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan
10. Peluang mendapatkan penghargaan

2.2.4. Pengukuran Akuntansi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pada hakikatnya, akuntansi CSR (*CSR accounting*) merupakan perluasan dari akuntansi sosial (*social accounting*) dan akuntansi lingkungan (*environmental accounting*). Menurut (Lako: 2011, 65), ada dua dimensi utama dalam akuntansi CSR. Pertama, melaporkan dan mengungkap *costs* dan *benefits* dari aktivitas ekonomi perusahaan yang secara langsung berdampak pada profitabilitas *bottom-line* (laba). *Cost* dan *benefits* tersebut bisa dihitung dan dikuantifisir secara akuntansi. Kedua, melaporkan *costs* dan *benefits* dari aktivitas ekonomi perusahaan yang berdampak langsung pada individu, masyarakat dan lingkungan. *Benefits* itu sulit dikuantifisir sehingga pelaporannya harus dilakukan secara kualitatif.

Informasi yang dihasilkan dari proses akuntansi pertanggungjawaban sosial tidak hanya bermanfaat bagi anggota masyarakat dalam menilai kinerja sosial perusahaan, tetapi juga akan membantu manajemen mencapai tujuan, yaitu dengan meyakini adanya suatu perkembangan yang lebih menyeluruh yang telah diberikan kepada kebutuhan bisnis secara total dan penghargaan publik. Laporan sosial ini juga akan membantu manajemen berpikir mengenai akibat-akibat dari tindakan mereka sehingga manajemen dapat mengambil keputusan dengan lebih baik.

Menurut Estes seperti yang dikutip oleh (Harahap: 2008, 409) memberikan beberapa teknik pengukuran yang dapat dipakai antara lain:

1. Penilaian Pengganti

Jika nilai dari sesuatu tidak dapat langsung ditentukan, maka kita dapat mengestimasi dengan nilai suatu pengganti, yaitu sesuatu yang kira-kira mempunyai kegunaan yang sama dengan yang diukur

2. Teknik Survey

Teknik ini mencakup cara-cara untuk mendapatkan informasi dari mereka yang dipengaruhi, yaitu kelompok masyarakat yang dirugikan atau yang menerima manfaat. Pengumpulan informasi yang paling mudah adalah dengan bertanya langsung kepada anggota kelompok masyarakat yang ada

3. Biaya Perbaikan dan Pencegahan

Untuk biaya-biaya modal sosial tertentu dapat dinilai dengan mengestimasi pengeluaran yang dilakukan untuk memperbaiki dan mencegah kerusakan

4. Penilaian dari Penilai Independen

Penilai-penilai yang independen dapat berguna untuk menilai barang-barang tertentu. Hal ini sejalan dengan penilaian pengganti yang dilakukan oleh ahli dari luar perusahaan

5. Putusan Pengadilan

Putusan pengadilan, misalnya denda akibat dari suatu kegiatan yang sering menunjukkan nilai sosial

Asumsi yang mendasari akuntansi CSR adalah perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomi memaksimalkan laba (*profit*) untuk meningkatkan nilai kekayaan pemegang saham. Tetapi juga memiliki tanggung jawab moral dan etis untuk meningkatkan nilai, kapasitas dan kualitas masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*) yang turut menanggung externalities dari aktivitas ekonomi perusahaan (Lako: 2011, 67).

2.2.5. Implementasi CSR

Pebisnis hendaknya menerima konsepsi CSR sebagai kewajiban dan mempersiapkan segala hal terkait dengan implementasinya. Ada beberapa hal mendesak yang perlu disiapkan menurut (Lako: 2011, 92):

Pertama, mendiskusikan dengan pemerintah tentang seberapa sebesar dana CSR yang akan dialokasikan perusahaan? Apakah dana itu diambil dari penjualan bersih, biaya produksi, biaya operasional, total biaya produksi dan operasional, laba operasi sebelum pajak, atau didasarkan pada ukuran perusahaan (*asset*)? Apakah besaran persentasenya sama untuk semua industri atau berbeda-beda antarperusahaan sesuai dengan karakteristik bisnis atau industrinya?

Kedua, mendesain visi, misi, strategi, program dan proyek-proyek CSR yang akan ditawarkan kemasyarakat. Kemudian, mengintegrasikannya dalam perencanaan strategik, taktikal, dan operasional perusahaan. Semua level manajemen harus disadarkan bahwa CSR bukanlah suatu beban, tapi suatu kebutuhan krusial buat perusahaan. Karena itu, semua level manajemen harus bertanggung jawab dalam pelaksanaan CSR dan kesuksesannya.

Ketiga, melakukan kolaborasi dengan pemerintah, legislatif dan elemen masyarakat terkait tentang bentuk kemitraan yang sejati antara masyarakat, dunia bisnis, dan pemerintah (*triple partnership*) dalam implementasi CSR. Dalam emitraan ini, masing-masing pihak harus menyadari perannya masing-masing dan tidak saling merugikan. Perusahaan mendesain program-program CSR yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan lingkungan setempat. Masyarakat proaktif dalam formulasi, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi program CSR.

2.2.6. Peraturan tentang CSR

Melaksanakan tanggung jawab sosial, secara normatif merupakan kewajiban moral bagi perusahaan jenis apapun. Tidak hanya berurusan dengan aspek normatif, saat ini CSR telah diatur dalam beberapa peraturan yang sifatnya mengikat agar 'perusahaan tertentu' wajib melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Beberapa

peraturan CSR yang telah ditetapkan: disusun oleh (Rahmatullah dan Kurniati: 2011, 14)

1. Keputusan Menteri BUMN tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL)

Berdasarkan Peraturan Menteri Negara BUMN, Per 05/MBU/2007 Pasal 1 ayat (6) dijelaskan bahwa Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil, yang selanjutnya disebut Program kemitraan, adalah “program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.”

2. Undang-undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007

Dalam pasal 74 ayat (1) diatur bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”.

3. Undang-undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007

Dalam pasal 15 (b) dinyatakan bahwa “Setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”.

4. Undang-undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001

Dalam pasal 13 ayat (3) yaitu “Kontrak kerja sama sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok yaitu pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat”

5. ISO 26000

ISO *Council* menugaskan COPOLCO untuk memberikan pertimbangan atas kelayakan pembentukan standar internasional dalam bidang *Corporate Social Responsibility*. Didasarkan pemahaman bahwa “*Social Responsibility* sangat penting bagi keberlanjutan usaha”. Pemahaman ini berasal dari dua sidang: Rio *Earth Summit on the Environment* tahun 1992 dan *World Summit on Sustainable Development (WSSD)* tahun 2002

2.2.7. Relevansi Nilai Ekonomi CSR untuk Perusahaan

Secara empiris, komitmen perusahaan untuk melaksanakan, menyajikan dan mengungkapkan informasi CSR-nya dalam pelaporan perusahaan ternyata mendatangkan banyak manfaat ekonomik bagi perusahaan.

Menurut (Lako: 2011, 214) yaitu: **Pertama**, perusahaan bisa menghindari atau mengurangi dampak-dampak negatif terhadap kinerja keuangan yang berasal dari peristiwa atau kejadian-kejadian negatif atau dari isu-isu eksternalitas di luar kendali perusahaan. **Kedua**, perusahaan bisa menciptakan *goodwill* atau aset-aset tidak berwujud lainnya (*intangible assets*) yang berdampak positif atau menjadi *value creator* bagi kinerja keuangan atau laba perusahaan. **Ketiga**, perusahaan bisa mendapatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan memperbaiki kinerja keuangan.

Tidak hanya di Indonesia, di Negara lain pun mayoritas hasil studi empiris menunjukkan bahwa kinerja CSR berpengaruh signifikan atau berkorelasi erat dengan kinerja *financial* dan kinerja harga saham serta nilai perusahaan. Selain itu, mayoritas hasil studi juga menyimpulkan bahwa perusahaan-perusahaan yang lebih peduli pada CSR lebih menguntungkan dibanding perusahaan-perusahaan yang kurang peduli CSR.

2.2.8. Internal CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Internal CSR bertujuan untuk membangun rasa sikap peduli, persahabatan, rasa memiliki baik antar karyawan, dan juga karyawan dengan perusahaan, meningkatkan solidaritas, produktivitas, inovasi, dan kreativitas, dan yang paling penting karyawan akan terfokus dengan pekerjaannya (Rahmatullah dan Kurniati : 2011, 34). Internal CSR perusahaan ini dapat diwujudkan dalam berbagai aktivitas sosial.

Contohnya adalah :

1. Program beasiswa bagi anak karyawan yang berprestasi dari tingkat SD sampai universitas
2. Program perumahan karyawan

3. Program koperasi karyawan
4. Program kesehatan karyawan: pemeriksaan kesehatan gratis, pembagian *food* suplemen bagi peningkatan gizi anak
5. Program sembako
6. Program Pelatihan Karyawan (demi keberlangsungan perusahaan)
7. Dll.

Pelaksanaan CSR internal yang baik dan benar akan memperbaiki aktivitas perusahaan tersebut. Perbaikan tersebut ditandai dengan munculnya keunggulan kompetitif di internal perusahaan dan berdampak dalam peningkatan kualitas dan profesionalisme karyawan.

Beberapa perusahaan memberikan program CSR internalnya dalam bentuk kegiatan ibadah. Misalnya, memberikan hadiah umrah atau haji kepada karyawan berprestasi atau berdedikasi.

Begitu juga dengan perusahaan ekspedisi, PT Pandu Logistics. Perusahaan ini rutin setiap tahun memberangkatkan empat sampai lima orang karyawannya untuk menunaikan ibadah haji dan umrah.

Karyawan menjadi sangat perhatian terhadap hal yang detail dalam aktivitas kerjanya. Mereka fokus dan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan. Selama melaksanakan program CSR bagi karyawannya, Pandu Logistic tumbuh secara signifikan setiap tahun. Pendapatan perusahaan tumbuh rata-rata 20-30 % setiap tahun. Ini berkat kejujuran yang kian tumbuh di setiap karyawan.

Jadi hendaknya perusahaan membuat suatu internal CSR, karena hal tersebut dapat mendatangkan banyak keuntungan, diantaranya adalah karyawan akan merasa terbantu, karyawan akan lebih mencintai perusahaan, membela perusahaan, dan juga akan meningkatkan produktivitas dari karyawan tersebut.

Dan yang paling penting adalah keluarga karyawan percaya terhadap perusahaan. Dengan begitu, keluarga karyawan juga dapat membantu dalam keberlangsungan hidup perusahaan.

2.3. Profitabilitas

2.3.1. Laporan Keuangan

2.3.1.1. Definisi Laporan Keuangan

Laporan akuntansi disiapkan untuk memberikan informasi yang berguna bagi para pemakai laporan (*users*), terutama sebagai dasar pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan. Menurut (Hery: 2012, 23), Laporan akuntansi ini adalah Laporan Keuangan, yang merupakan produk akhir dari serangkaian proses pencatatan dan pengikhtisaran data transaksi bisnis. Menurut **PSAK No.1 Paragraf ke 7 (Revisi 2009)**, “Laporan Keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas”.

Seorang akuntan diharapkan mampu untuk mengorganisir seluruh data akuntansi hingga menghasilkan laporan keuangan, dan bahkan harus dapat menginterpretasikan serta menganalisis laporan keuangan yang dibuatnya.

Laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

2.3.1.2. Tujuan Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan suatu yang digunakan perusahaan untuk mengungkapkan data keuangannya. Ini memang tujuan utama. Namun secara spesifik menurut (Hery: 2012, 45), tujuan khusus laporan keuangan adalah menyajikan secara wajar dan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum mengenai posisi keuangan, hasil usaha, dan perubahan lain dalam posisi keuangan. Sedangkan dalam **Standar Akuntansi Keuangan (SAK)** dijelaskan tentang tujuan laporan keuangan yang isinya: “Tujuan Laporan Keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi”.

2.3.1.3. Elemen Laporan Posisi Keuangan

Menurut (Martani et al: 2012,138) elemen laporan posisi keuangan, yaitu:

1. Aset
Aset adalah sumber daya yang dikuasai oleh entitas sebagai akibat dari peristiwa masa lalu dan dari mana manfaat ekonomi di masa depan diharapkan akan diperoleh entitas
2. Liabilitas
Liabilitas merupakan kewajiban entitas masa kini yang timbul dari peristiwa masa lalu, penyelesaiannya diharapkan mengakibatkan arus keluar sumber daya entitas yang mengandung manfaat ekonomi
3. Ekuitas
Ekuitas adalah hak residual atas aset entitas setelah dikurangi semua liabilitas

2.3.1.4. Keterbatasan Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah laporan yang berisi informasi keuangan sebuah organisasi. Namun informasi dalam laporan keuangan juga memiliki beberapa keterbatasan.

Beberapa keterbatasan laporan keuangan menurut standar akuntansi keuangan yang disusun oleh (Haris et al: 2012, 28) adalah sebagai berikut:

1. Laporan keuangan semata-mata merupakan potret atau rekaman sejarah, yaitu tentang keadaan dan peristiwa masa lalu, dan tidak dapat digunakan sebagai bola kaca untuk meramalkan keadaan di masa yang akan datang bila tidak dilengkapi data dan informasi lain yang diperlukan untuk membuat analisis proyeksi masa depan
2. Akuntansi melakukan pencatatan, perhitungan dan pelaporan dengan menggunakan satuan uang sebagai denominator atau alat ukur. Namun tidak semua hal dapat diukur dengan nilai uang dan nilai uang juga cenderung tidak stabil

3. Konsep dasar akuntansi keuangan ada kalanya tidak sejalan atau bertentangan dengan aspek hukum, misalnya konsep “makna lebih penting dari bentuk” (*substance over form*)
4. Laporan keuangan disusun berdasarkan standar akuntansi keuangan, yang dalam berbagai standar memperbolehkan beberapa alternatif metode akuntansi, yang menyebabkan laporan keuangan perusahaan yang berbeda tidak selalu dapat diperbandingkan

2.3.1.5. Pengguna Laporan Keuangan

Menurut Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK) paragraf ke 9 (Revisi 2009) dalam (IAI: 2012), dinyatakan bahwa pengguna laporan keuangan meliputi investor sekarang dan investor potensial, karyawan, pemberi pinjaman, pemasok dan kreditor usaha lainnya, pelanggan, pemerintah serta lembaga-lembaga lainnya dan masyarakat. Mereka menggunakan laporan keuangan untuk memenuhi beberapa kebutuhan informasi yang berbeda. Beberapa kebutuhan ini meliputi :

➤ **Investor**

Penanam modal berisiko dan penasihat mereka berkepentingan dengan risiko yang melekat serta hasil pengembangan dari investasi yang mereka lakukan. Mereka membutuhkan informasi untuk membantu menentukan apakah harus membeli, menahan, atau menjual investasi tersebut. Pemegang saham juga tertarik pada informasi yang memungkinkan mereka untuk menilai kemampuan perusahaan untuk membayar deviden.

➤ **Karyawan**

Karyawan dan kelompok-kelompok yang mewakili mereka tertarik pada informasi mengenai stabilitas dan profitabilitas perusahaan. Mereka juga tertarik dengan informasi yang memungkinkan mereka untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memberikan balas jasa, manfaat pensiun, dan kesempatan kerja.

➤ Pemberi Pinjaman

Pemberi pinjaman tertarik dengan informasi keuangan yang memungkinkan mereka untuk memutuskan apakah pinjaman serta bunganya dapat dibayar pada saat jatuh tempo.

➤ Pemasok dan kreditor usaha lainnya

Pemasok dan kreditor usaha lainnya tertarik dengan informasi yang memungkinkan mereka untuk memutuskan apakah jumlah yang terutang akan dibayar pada saat jatuh tempo.

➤ Pelanggan

Para pelanggan berkepentingan dengan informasi mengenai kelangsungan hidup perusahaan terutama kalau mereka terlibat dalam perjanjian jangka panjang atau tergantung pada perusahaan.

➤ Pemerintah

Pemerintah dan berbagai lembaga yang berada dibawah kekuasannya berkepentingan dengan alokasi sumber daya dan karena itu berkepentingan dengan aktivitas perusahaan. Mereka juga membutuhkan informasi untuk mengatur aktivitas perusahaan, menetapkan kebijakan pajak sebagai dasar untuk menyusun statistik pendapatan nasional dan statistik lainnya.

➤ Masyarakat

Laporan keuangan dapat membantu masyarakat dengan menyediakan informasi kecenderungan (trend) dan perkembangan terakhir kemakmuran perusahaan serta rangkaian aktivitasnya.

2.3.1.6. Analisis Perubahan (LK) dari tahun ke tahun

Untuk analisis perubahan dari tahun ke tahun, biasanya perbandingan laporan keuangan dilakukan dalam periode yang relatif pendek (dua atau tiga tahun) untuk tiap-tiap akun (Hery: 2012, 38). Analisis perubahan dari tahun ke tahun dapat dapat dinyatakan dalam angka mutlak maupun persentase. Sebagai contoh, jika besarnya

saldo kas pada akhir periode pertama dan kedua berturut-turut adalah Rp 20 juta dan Rp 25 juta, maka besarnya perubahan saldo kas adalah Rp 5 juta atau 25 %.

Namun perlu dicatat, jika jumlah negatif muncul ditahun dasar dan jumlah positif di tahun berikutnya, atau sebaliknya, maka kita tidak dapat menghitung besarnya perubahan dalam persentase melainkan hanya dalam angka mutlak. Sebagai contoh, jika besarnya rugi bersih pada periode pertama adalah Rp 50 juta dan besarnya laba bersih pada periode kedua adalah Rp 15 juta, maka besarnya perubahan dalam angka mutlak adalah Rp 65 juta, tanpa menghitung besarnya perubahan dalam persentase. Demikian pula jika tidak ada jumlah untuk tahun dasar, maka tidak ada perubahan dalam persentase yang dapat dihitung melainkan hanya dalam angka mutlak, yaitu sebesar jumlah yang sama dengan jumlah yang ada pada periode kedua.

Begitu pula jika pada tahun pertama atau dasar nihil, hanya memakai angka mutlak dalam perubahannya, tidak memakai persentase.

2.3.2. Pengertian dan Rasio Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba (profit) pada periode tertentu. Adapun menurut (Harahap: 2008, 304) menerangkan definisi profitabilitas sebagai berikut:

“Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya”.

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan semaksimal mungkin, disamping hal-hal lainnya. Dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan.

Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yang dikenal juga dengan nama rasio rentabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam

mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Kasmir: 2013, 67).

Menurut (Kasmir: 2013, 68), penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi.

Beberapa rumus rasio profitabilitas:

1. ROA (Return on Assets)

ROA digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan. Berikut rumusnya:

$$\text{ROA (\%)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Selain itu, analisis menggunakan rasio ekuitas pemegang saham untuk mengevaluasi profitabilitas dan solvensi jangka panjang perusahaan. Menurut (Kieso: 2009, 332), tiga rasio berikut yaitu:

1. Tingkat Pengembalian atas Ekuitas Pemegang Saham

Rasio ini menunjukkan seberapa banyak dolar laba bersih yang diperoleh dari setiap dolar yang diinvestasikan oleh pemiliknya. Pengembalian atas ekuitas (ROE) juga menolong para investor dalam menilai kelayakan saham ketika pasar pada umumnya tidak dalam kondisi baik. Berikut rumusnya:

$$\text{Atas Ekuitas Saham Biasa (ROE)} = \frac{\text{Tingkat Pengembalian} \quad \text{Laba bersih – Dividen Saham Preferen}}{\text{Rata-rata Ekuitas Pemegang Saham}}$$

2. Rasio Pembayaran (*Payout Ratio*)

Ukuran profitabilitas lainnya adalah rasio pembayaran (*payout ratio*), yang merupakan rasio dividen tunai terhadap laba bersih. Jika saham preferen sedang beredar, maka rasio ini dihitung untuk pemegang saham biasa, dengan membagi dividen tunai yang dibayarkan kepada pemegang saham biasa dengan laba bersih yang tersedia untuk pemegang saham biasa. Berikut rumusnya:

$$\text{Rasio Pembayaran} = \frac{\text{Dividen Tunai}}{\text{Laba Bersih} - \text{Dividen Preferen}}$$

3. Nilai Buku Per Saham

Sebagian besar dasar yang digunakan untuk mengevaluasi kekayaan bersih ditemukan dalam nilai buku atau nilai ekuitas per saham. Nilai buku per saham (*book value per share*) adalah jumlah setiap saham yang akan diterima jika perusahaan dilikuidasi atas dasar jumlah yang dilaporkan dalam neraca. Akan tetapi, angka tersebut akan kehilangan banyak relevansinya jika penilaian atas neraca tidak memperkirakan nilai pasar wajar aktiva. Berikut rumusnya:

$$\text{Nilai Buku per Saham} = \frac{\text{Ekuitas Pemegang Saham Biasa}}{\text{Saham yang Beredar}}$$

2.3.3. Kelebihan dan Kelemahan *Return On Assets (ROA)*

Pengembalian atas total aktiva merupakan ukuran efisiensi operasi yang relevan. Nilai ini mencerminkan pengembalian perusahaan dari seluruh aktiva (pendanaan) yang diberikan pada perusahaan. Ukuran ini tidak membedakan pengembalian berdasarkan sumber pendanaan dengan menghilangkan dampak sumber pendanaan aktiva, analisis berpusat pada evaluasi dan peramalan kinerja operasi (John, Subramanyam dan Halsey 2005: 65).

Return on assets (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. *Return on assets* merupakan perbandingan antara laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan. *Return on assets* (ROA) yang positif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dipergunakan untuk beroperasi, perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan. Sebaliknya apabila *return on assets* yang negatif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dipergunakan, perusahaan mendapatkan kerugian. Jadi jika suatu perusahaan mempunyai ROA yang tinggi maka perusahaan tersebut berpeluang besar dalam meningkatkan pertumbuhan. Tetapi jika total aktiva yang digunakan perusahaan tidak memberikan laba maka perusahaan akan mengalami kerugian dan akan menghambat pertumbuhan.

Baik *profit margin* maupun *total asset turnover* tidak dapat memberikan pengukuran yang memadai atas efektivitas keseluruhan perusahaan. *Profit margin* tidak memperhitungkan penggunaan aktiva, sementara *total asset turnover* tidak memperhitungkan profitabilitas dalam penjualan. Rasio *return on asset* atau *return on investment* mengatasi kedua kelemahan tersebut. Peningkatan kemampuan perusahaan dapat terjadi jika ada peningkatan *profit margin* atau peningkatan *total asset turnover* atau keduanya. Dua perusahaan dengan *profit margin* dan *total asset turnover* yang berbeda dapat saja memiliki rasio ROA yang sama (Van Horne et al :2005, 225).

➔ Keunggulan ROA (*Return On Asset*) :

- a. ROA merupakan pengukuran yang komprehensif dimana seluruhnya mempengaruhi laporan keuangan yang tercermin dari rasio ini
- b. ROA mudah dihitung, dipahami, dan sangat berarti dalam nilai absolut
- c. ROA merupakan denominator yang dapat diterapkan pada setiap unit organisasi yang bertanggung jawab terhadap profitabilitas dan unit usaha.

➔ Kelemahan ROA (Return On Assets):

- a. Pengukuran kinerja dengan menggunakan ROA membuat manajer divisi memiliki kecenderungan untuk melewati *project-project* yang menurunkan divisional ROA, meskipun sebenarnya proyek-proyek tersebut dapat meningkatkan tingkat keuntungan perusahaan secara keseluruhan
- b. Manajemen juga cenderung untuk berfokus pada tujuan jangka pendek dan bukan tujuan jangka panjang
- c. Sebuah *project* dalam ROA dapat meningkatkan tujuan jangka pendek, tetapi *project* tersebut mempunyai konsekuensi negatif dalam jangka panjang. Yang berupa pemutusan beberapa tenaga penjualan, pengurangan *budget* pemasaran, dan penggunaan bahan baku yang relatif murah sehingga menurunkan kualitas produk dalam jangka panjang.

2.3.4. Manfaat Profitabilitas

Profitabilitas yang digunakan sebagai kriteria penilaian hasil operasi perusahaan mempunyai manfaat yang sangat penting dan dapat dipakai sebagai berikut : menurut (Kasmir: 2013, 80)

1. Analisis kemampuan menghasilkan laba ditunjukkan untuk mendeteksi penyebab timbulnya laba atau rugi yang dihasilkan oleh suatu objek informasi dalam periode akuntansi tertentu
2. Profitabilitas dapat dimanfaatkan untuk menggambarkan kriteria yang sangat diperlukan dalam menilai sukses suatu perusahaan dalam hal kapabilitas dan motivasi dari manajemen
3. Profitabilitas merupakan suatu alat untuk membuat proyeksi laba perusahaan karena menggambarkan korelasi antara laba dan jumlah modal yang ditanamkan
4. Profitabilitas merupakan suatu alat pengendalian bagi manajemen, profitabilitas dapat dimanfaatkan oleh pihak intern untuk menyusun target,

budget, koordinasi, evaluasi hasil pelaksanaan operasi perusahaan dan dasar pengambilan keputusan.

2.4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Perusahaan dengan masyarakat tidak dapat dipisahkan. Saat ini sebuah bisnis akan berkembang dan berlanjut dilihat dari tanggungjawab sosial terhadap masyarakat (Rahmatullah dan Kurniati : 2011, 13).

Pengungkapan pertanggungjawaban sosial disebut juga dengan *social disclosure*, *corporate social reporting*, dan *social reporting* (Mathews, 1995 dalam Sembiring: 2006, 47) yaitu merupakan proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap kelompok yang berkepentingan terhadap perusahaan secara keseluruhan.

Pengungkapan CSR merupakan bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial yang mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholder*. Mengingat masih sedikitnya perusahaan di Indonesia yang mengungkapkan dan melaporkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungannya dalam bentuk *sustainability reporting*, maka penelitian ini pun terbatas hanya pada data-data yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini agar tidak terjadi kesenjangan antara perusahaan yang sudah membuat *sustainability reporting* dengan perusahaan yang belum membuatnya (Dahli dan Siregar: 2008, 77).

Di Indonesia, pengungkapan pertanggungjawaban sosial merupakan praktik pengungkapan yang wajib (*mandatory disclosure*) dilaksanakan bagi perusahaan karena telah diatur dalam beberapa peraturan dan perundangan. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada pasal 66 ayat 1 menyatakan bahwa hal-hal yang harus dimuat dalam laporan tahunan perusahaan diantaranya adalah pelaporan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengorbanan untuk biaya CSR merupakan pengeluaran investasi karena dari pengorbanan tersebut perusahaan akan mendapatkan sejumlah manfaat sosial dan ekonomik atau keuntungan diwaktu-waktu mendatang. Manfaat sosial dan ekonomik yang akan diraih adalah perusahaan akan dihargai pemerintah dan masyarakat sebagai

warga Negara yang manis (*a good corporate citizen*) sehingga reputasi atau *goodwill* perusahaan meningkat (Lako: 2011, 145).

Pelaporan atau pengungkapan biaya CSR dapat dilakukan perusahaan dengan cara menyajikannya secara integral ke dalam laporan keuangan triwulan, semester dan tahunan. Hal ini dimaksudkan agar otoritas, pemegang saham (investor), kreditor dan *stakeholders* lainnya dapat mengetahui secara pasti tentang komitmen dan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan dan bagaimana kinerja keuangan (laba) perusahaan pasca dimasukkannya biaya CSR.

Selain itu perusahaan juga perlu mengungkapkan secara rinci tentang aksi-aksi dan pengorbanan asset-aset ekonomik yang telah dilakukan untuk melaksanakan CSR dalam Catatan (*footnotes*) atas Laporan Keuangan Pengungkapan tambahan tersebut hendaknya juga memaparkan tentang strategi, kebijakan dan tindakan-tindakan yang sudah, sedang dan akan dilakukan manajemen dalam melaksanakan CSR secara berkelanjutan (Lako: 2011, 148).

Metode akuntansi untuk mencatat dan melaporkan informasi itu adalah *CSR indicator accounting*. Perlakuan akuntansi atas semua pengeluaran itu adalah sebagai investasi dan harus dikapitalisasi selama jangka waktu pelaksanaan suatu program CSR. Pelaporan *costs* dan *benefits* dari investasi CSR tersebut bisa diintegrasikan dalam laporan laba-rugi atau melalui pelaporan nilai tambah (Lako: 2011, 149).