

BAB II

PENYUSUNAN KERANGKA TEORETIS, KERANGKA BERPIKIR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A.Deskripsi Teoretis

1.Profitabilitas

Laporan keuangan merupakan ringkasan dari suatu proses pencatatan, ringkasan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku yang bersangkutan. Laporan keuangan ini dibuat oleh manajemen dengan tujuan untuk mempertanggungjawabkan tugas-tugas yang dibebankan oleh para pemilik perusahaan. Di samping itu, laporan keuangan dapat juga digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan lain yaitu sebagai laporan kepada pihak-pihak lain di luar perusahaan.

Laporan keuangan yang disusun oleh manajemen biasanya terdiri dari:

- a.Neraca, yaitu laporan yang menunjukkan posisi keuangan suatu perusahaan pada tanggal tertentu.
- b.Laporan rugi laba, yaitu laporan yang menunjukkan hasil usaha dan biaya-biaya selama suatu periode akuntansi.
- c.Laporan perubahan ekuitas, yaitu laporan yang menunjukkan sebab-sebab perubahan modal dari jumlah pada awal periode menjadi jumlah modal pada akhir periode.
- d.Laporan arus kas, menunjukkan arus dana dan perubahan-perubahannya selama tahun buku yang bersangkutan.

e. Catatan atas laporan keuangan yang isinya adalah penjelasan terinci dari laporan keuangan. Catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari laporan keuangan secara keseluruhan.

Agar informasi yang disajikan dalam laporan keuangan menjadi lebih berarti, maka diperlukan berbagai analisis atas laporan keuangan. Salah satunya adalah dengan analisis rasio keuangan. Rasio keuangan menjadi dasar untuk menjawab beberapa pertanyaan penting mengenai kesehatan keuangan perusahaan. Pertanyaan tersebut meliputi likuiditas perusahaan, kemampuan perusahaan menghasilkan laba atas aktiva yang dimiliki, pendanaan perusahaan, serta kecukupan tingkat pengembalian para pemegang saham.

Rasio keuangan membantu kita mengidentifikasi beberapa kekuatan dan kelemahan keuangan perusahaan. Rasio keuangan digunakan untuk membuat perbandingan dari data keuangan perusahaan menjadi lebih berarti, yaitu:

- a. Membandingkan rasio keuangan suatu tahun dengan tahun yang lain.
- b. Membandingkan rasio keuangan suatu perusahaan dengan rasio keuangan perusahaan yang lain.

Salah satu jenis rasio keuangan yang sering digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan adalah profitabilitas.

Keown (2001) mendefinisikan profitabilitas sebagai berikut: “Profitabilitas merupakan cara untuk mengetahui apakah laba yang

dihasilkan perusahaan sudah cukup jika dibandingkan dengan nilai aktiva yang diinvestasikan.”¹

Arnold (1994) menyatakan bahwa: “*Profitability is concerned with how effectively an organization has used its available resources.*”² (Artinya: Profitabilitas adalah mengenai seberapa kemampuan perusahaan menggunakan sumber daya yang tersedia dengan efektif).

Dapat dikatakan bahwa profitabilitas merupakan cara yang digunakan oleh pihak yang berkepentingan (terutama investor dan kreditor) untuk dapat mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba jika dibandingkan dengan aktiva yang telah mereka investasikan. Profitabilitas adalah suatu rasio yang mengukur keefektifan sebuah perusahaan memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimilikinya. Sebuah perusahaan yang memiliki rasio profitabilitas yang rendah mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut belum efektif memanfaatkan sumber dayanya.

Definisi lainnya adalah dari Melville (1999): “*The profitability ratios are used to assess whether the business has succeeded in making an acceptable level of profit.*”³ (Artinya: Rasio-rasio profitabilitas digunakan untuk menilai apakah perusahaan telah berhasil membuat tingkat keuntungan yang pantas).

¹Keown, Arthur J., David F. Scott, John D. Martin, et. al. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Buku Satu. (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001). p. 95.

²Arnold, John, Tony Hope, Alan Southworth, et. Al. *Financial Accounting*. 2nd Edition. (London: Prentice Hall, 1994). p. 298

³Melville, Alan. *Frameworks (Financial Accounting)*. 2nd edition. (England: Prentice Hall, 1999). p. 335.

Rasio profitabilitas memang sering digunakan untuk menilai apakah perusahaan berhasil memberikan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan.

Weston, Besley, and Brigham (1996) mendefinisikan: “*Profitability ratios is a group of ratios showing the effect of liquidity, asset management, and debt management on operating results.*”⁴ (Artinya: Rasio profitabilitas adalah sekumpulan rasio yang menunjukkan pengaruh likuiditas, pengelolaan aktiva, dan pengelolaan hutang terhadap hasil operasi).

Rasio profitabilitas merupakan berbagai rasio yang dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan membayar hutangnya, pengelolaan hutang dan aktiva yang dimiliki terhadap hasil operasi yang diperoleh perusahaan. Dalam upaya meningkatkan perolehan laba, perusahaan melakukan berbagai upaya tata kelola yang baik, antara lain pengelolaan kredit dan pengelolaan aktiva agar perusahaan dapat menghasilkan laba semaksimal mungkin.

Keown (2001) menyatakan: “Berbagai ukuran profitabilitas digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan.”⁵ Profitabilitas sering dipakai sebagai tes akhir efektivitas operasi manajemen. Tujuan profitabilitas berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk meraup laba yang memuaskan sehingga para investor akan terus berinvestasi di perusahaan.

Rasio profitabilitas yang biasanya digunakan antara lain:

a. Rasio laba atas penjualan (*profit margin*)

⁴Weston, Besley, and Brigham. *Essentials of Managerial Finance*. 11th edition. (USA: The Dryden Press, 1996). p. 102.

⁵Keown, op. cit., p. 108.

Melalui rasio ini dapat diketahui besar kecilnya laba yang diperoleh dari hasil penjualan, yakni dengan cara membandingkan laba operasi dengan hasil penjualan.

$$\text{Margin Laba Operasi} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Hasil Penjualan}} \times 100\%$$

Rasio laba atas penjualan ini belum bisa dijadikan ukuran final untuk menilai sukses atau tidaknya perusahaan. Hal ini disebabkan karena rasio laba atas penjualan belum menunjukkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba akhir, tanpa melihat berapa besar jumlah dana yang ditanam dalam perusahaan untuk memperoleh laba.

b. Rasio laba atas harta operasi atau ROI (*Return On Investment*)

Rasio ini sangat penting karena dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Artinya laba yang dicapai yang dikaitkan dengan jumlah harta yang ditanam dalam perusahaan tersebut.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Harta Operasi}} \times 100\%$$

Laba operasi adalah selisih dari hasil penjualan bersih dikurangi dengan biaya-biaya operasi (biaya produksi, biaya penjualan, dan biaya administrasi). Harta operasi adalah seluruh harta, baik yang berasal dari dalam (modal sendiri) maupun modal yang berasal dari luar.

c. Rasio laba atas modal sendiri atau ROE (*Return On Equity*)

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Modal Sendiri}} \times 100\%$$

ROE merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui apakah para pemilik (pemegang saham) menerima pengembalian yang pantas atas investasinya

d. Rasio pengembalian aktiva atau ROA (*Return On Assets*)

Keown (2001) menyatakan:

“ROA (*Return On Assets*) dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\% \quad ^6$$

Dalam Brigham and Gapenski (1994) dinyatakan rumus yang digunakan mengacu pada analisis Du Pont, yaitu sistem rasio keuangan yang dirancang untuk menyelidiki tingkat pengembalian atas aktiva. Jika ditelusuri lebih terperinci, rumus ROA tersebut diperoleh dari perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{“ROA} &= \text{Profit Margin} \times \text{Total Assets Turnover} \\ &= \frac{\text{Net Income}}{\text{Sales}} \times \frac{\text{Sales}}{\text{Total Assets}} \text{”}^7 \end{aligned}$$

Rumus tersebut merupakan penjabaran rumus ROA yang dihitung dengan cara mengalikan margin laba dengan perputaran total aktiva. Margin laba adalah rasio yang mengukur laba dari setiap rupiah

⁶Ibid., p. 102.

⁷Brigham, Eugene F. and Louis C. Gapenski. *Financial Management (Theory and Practice)*. 7th edition. (USA: The Dryden Press, 1994). p. 62.

penjualan. Sedangkan perputaran total aktiva merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan menggunakan aktiva untuk menghasilkan penjualan. Dalam rumus di atas terdapat dua komponen yang sama, yaitu penjualan (*sales*) sehingga dapat dieliminasi dan akan menghasilkan rumus yang sama dengan rumus yang sebelumnya, yaitu laba bersih dibagi dengan total aktiva.

Dapat disimpulkan bahwa ROA adalah pengukuran kemampuan perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. ROA merupakan rasio penghasilan bersih atas total aktiva. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik keadaan suatu perusahaan.

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi penggunaan cara menghitung tingkat profitabilitas dengan menggunakan rumus ROA saja, karena didukung oleh teori-teori berikut ini:

Dalam Kimmel, Weygandt, and Kieso (2004) dinyatakan: “*An overall measure of profitability is the return on assets ratio (ROA).*”⁸ (Artinya: Pengukuran profitabilitas yang menyeluruh adalah rasio pengembalian aktiva.)

Teori lain yang senada yaitu menurut Weston, Besley, and Brigham (1996): “*Return on Total Assets (ROA) is the ratio of net income to total assets; provides an idea of the overall return on investment earned by the*

⁸Kimmel, Weygandt, and Kieso. *Financial Accounting. (Tools for Business Decision Making)* 3rd edition. (USA: John Wiley&Sons, Inc., 2004). p. 434.

firm.”⁹ (Artinya: ROA adalah rasio penghasilan bersih terhadap total aktiva: menyediakan sebuah gambaran secara menyeluruh tentang pengembalian investasi yang dihasilkan perusahaan.)

Teori-teori tersebut menggambarkan bahwa pengukuran profitabilitas perusahaan yang sifatnya menyeluruh adalah rasio pengembalian aktiva (ROA). ROA menyediakan gambaran secara komprehensif tentang pengembalian investasi yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa ROA adalah rasio profitabilitas yang paling baik untuk digunakan sebagai ukuran kemampuan perusahaan menghasilkan laba.

Simamora (2000) menyatakan:

“Rasio imbalan aktiva (*return on assets ratio*) merupakan suatu ukuran keseluruhan profitabilitas, perusahaan. Rasio ini lebih luas daripada *return on common stockholders' equity* karena rasio ini membandingkan imbalan untuk para pemegang saham dan kreditor dengan jumlah aset (jumlah sumber daya yang dipasok oleh para pemegang saham dan kreditor).”¹⁰

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ROA adalah pengukuran kemampuan perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan yang sifatnya menyeluruh dan lebih luas jika dibandingkan dengan rasio-rasio profitabilitas yang lain. ROA dipakai untuk mengevaluasi apakah manajemen telah mendapat imbalan yang memadai dari aset yang dimilikinya.

⁹Weston, Besley, and Brigham, Op. cit., p. 103.

¹⁰Simamora, Henry. *Akuntansi: Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Jilid 2. (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2000). p. 529.

Untuk dapat menghitung ROA sebuah perusahaan diperlukan data laba bersih dan total aktiva. Data laba bersih diperoleh dari Laporan Laba/Rugi, sedangkan data total aktiva dapat diambil dari Neraca perusahaan.

Skousen dan Stice (2001) menyatakan:

“Laba bersih mencerminkan pencapaian dari suatu perusahaan (penghasilan) dalam hubungan terhadap usaha (biaya-biaya) selama satu periode tertentu. Jika penghasilan melebihi biaya-biaya, hasilnya disebut laba bersih.”¹¹

“Laba bersih, kadang disebut pendapatan atau laba, secara keseluruhan mengukur kinerja dari suatu perusahaan. Laba bersih mencerminkan pencapaian dari suatu perusahaan (penghasilan) dalam hubungan terhadap usaha (biaya-biaya) selama satu periode tertentu.”¹²

Sedangkan Lembaga Manajemen PPM mendefinisikan laba bersih sebagai berikut:

“Laba bersih adalah laba operasi sesudah dikurangi beban bunga, ditambah penghasilan di luar operasi dan dikurangi pajak penghasilan.”¹³

Berdasarkan teori-teori tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan laba bersih adalah laba yang diperoleh perusahaan dengan cara mengurangi laba operasi dengan biaya di luar kegiatan operasi utama perusahaan dan ditambah dengan penghasilan di luar kegiatan operasi perusahaan, lalu dikurangi Pajak Penghasilan. Laba bersih merupakan ukuran pokok keseluruhan keberhasilan perusahaan.

Sedangkan definisi aktiva dinyatakan dalam Baridwan (1997):

“Dalam pengertian aktiva, selain barang-barang dan hak-hak yang dimiliki, di dalamnya termasuk juga biaya-biaya yang belum dibebankan

¹¹Skousen, Albrecht dan Stice. *Akuntansi Keuangan: Konsep dan Aplikasi*. Buku 1. (Jakarta: Salemba Empat, 2001). p. 51.

¹²Ibid., p. 53.

¹³Lembaga Manajemen PPM, Op. Cit. p. 0315/2-3/11.

dalam periode yang bersangkutan, tetapi akan dibebankan pada periode-periode yang akan datang.”¹⁴

Yang termasuk ke dalam aktiva adalah aktiva lancar, aktiva tetap berwujud, aktiva tetap tidak berwujud, dan aktiva lainnya. Barang-barang yang dimiliki antara lain perlengkapan, mesin, kendaraan, gedung, dll. Biaya-biaya yang belum dibebankan dalam periode yang bersangkutan antara lain asuransi dibayar di muka, sewa dibayar di muka, dll.

2. Pengungkapan CSR

Laporan tahunan disusun oleh perusahaan setiap akhir tahun periode pembukuan. Biasanya isi laporan tahunan adalah:

- a. Neraca yang sudah diaudit untuk dua tahun terakhir.
- b. Laporan laba rugi untuk tiga tahun terakhir.
- c. Laporan keuangan penting selama lima tahun terakhir, seperti penjualan, laba operasi, laba per lembar saham, jumlah aktiva, utang jangka panjang, saham, dividen per lembar saham, dan informasi lainnya yang berkaitan dengan data keuangan yang dianggap perlu.
- d. Penjelasan manajemen tentang situasi keuangan perusahaan, hasil operasi, likuiditas, sumber dana modal, tren yang baik dan yang kurang baik, kejadian yang bersifat tidak pasti, penyebab perubahan dalam laporan keuangan, pengaruh inflasi dan perubahan harga, dan proyeksi masa depan.
- e. Ikhtisar informasi keuangan interim untuk tiap kuartal pada tahun yang bersangkutan.

¹⁴Baridwan, Zaki. *Intermediate Accounting*. Edisi 7. (Yogyakarta: BPFE, 1997). p. 19.

f.Data penting yang menyangkut segmen industri, kegiatan perusahaan domestik dan luar negeri dan penjualan ekspor.

Namun pengungkapan yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunannya memiliki kadar yang berbeda-beda. Padahal laporan tahunan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan untuk penanaman modal para investor dan pemberian pinjaman oleh para kreditor. Pengungkapan yang memadai dan mudah dipahami sangat diperlukan agar para investor dan kreditor dapat membuat keputusan yang tepat atas investasinya di dalam perusahaan. Pengungkapan apabila dikaitkan dengan laporan keuangan mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha.

Ada berbagai konsep pengungkapan yang lazim digunakan. Hendriksen (1998) menyatakan: “Tiga konsep pengungkapan yang umumnya diusulkan adalah pengungkapan yang cukup (*adequate*), wajar (*fair*), dan lengkap (*full*).”¹⁵

Pengungkapan cukup (*adequate*) adalah pengungkapan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pengungkapan wajar (*fair*) adalah pengungkapan yang memberikan informasi yang layak kepada para pengguna laporan keuangan. Sedangkan pengungkapan lengkap (*full*) adalah pengungkapan yang cenderung melimpah.

Adhariani (2005) mengutarakan:

“Ada juga yang mengelompokkan pengungkapan dalam laporan tahunan menjadi dua, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*)

¹⁵Hendriksen, Eldon S., *Teori Akuntansi*. Jilid 1. Edisi 4. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1998). p. 204.

dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib adalah pengungkapan informasi yang diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Sedangkan pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang melebihi dari yang diwajibkan.”¹⁶

Definisi pengungkapan menurut Evans (2003) yaitu:

“*Disclosure means supplying information in the financial statements, including the statements themselves, the notes to the statements, and the supplementary disclosures associated with the statements.*”¹⁷ (Artinya: Pengungkapan adalah menyalurkan informasi di dalam laporan keuangan, termasuk laporan keuangan itu sendiri, catatan atas laporan keuangan, dan pengungkapan tambahan yang terkait dengan laporan keuangan).

Pengungkapan merupakan upaya perusahaan untuk memberikan berbagai informasi yang terpercaya mengenai berbagai aktivitas dan hasil-hasil yang dicapai oleh perusahaan, termasuk laporan mengenai kinerja keuangan yang dilengkapi dengan catatan atas laporan keuangan, dan aspek-aspek lainnya yang terkait dengan laporan keuangan tersebut. Salah satu aspek yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah tanggung jawab sosial perusahaan (CSR atau *Corporate Social Responsibility*)

Definisi CSR menurut *The World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD) dalam Budimanta, Prasetyo, dan Rudito (2004) adalah:

“*Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to be have 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.*”¹⁸ (Artinya: CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan

¹⁶Adhariani, Desi. “Tingkat Keluasan Pengungkapan Sukarela Dalam Laporan Tahunan dan Hubungannya dengan ERC”. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia. Departemen Akuntansi FE-UI, Juli 2005. p. 26.

¹⁷Evans, Thomas G. *Accounting Theory: Contemporary Accounting Issues*. (Australia: University of Central Florida, 2003). p 334

¹⁸Budimanta, Arif, Adi Prasetyo, Bambang Rudito. *Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini*. (Jakarta: ICSD, 2004). pp. 72-73.

ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komuniti-komuniti setempat dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan).

CSR merupakan kesadaran perusahaan untuk berperan aktif dalam kegiatan pembangunan, membina hubungan yang baik dengan para karyawan dan keluarganya, serta masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan taraf hidup menuju ke arah yang lebih baik.

Berdasarkan pada *Trinidad and Tobago Bureau of Standards (TTBS)* menyatakan bahwa: “CSR diartikan sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarga, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.”¹⁹

Dapat dikatakan bahwa CSR merupakan komitmen perusahaan untuk melaksanakan kegiatannya sesuai dengan peraturan dan norma yang berlaku dalam rangka peningkatan kesejahteraan, baik kesejahteraan perusahaan, karyawan dan keluarganya, serta masyarakat umum.

Dalam Anggraini (2007) dinyatakan: “Uni Eropa juga mempunyai definisi tentang CSR, yaitu *CSR is concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis*”²⁰ (Artinya: CSR adalah konsep di mana perusahaan memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dalam kegiatan usaha mereka dan dalam hubungannya dengan pihak-pihak yang berkepentingan atas dasar sukarela).

CSR merupakan konsep di mana perusahaan tidak hanya mementingkan dirinya sendiri, tapi juga memberi perhatian terhadap masalah-masalah sosial dan lingkungannya, serta kepentingan pihak-pihak lain. Namun

¹⁹Ibid., p. 72.

²⁰Anggraini, Nenny. “Corporate Social Responsibility” Buletin Ekonomi, Kajian Manajemen dan Akuntansi. Volume XI. No. 2. Penerbit FE-UKI, September 2007. p. 42.

pelaksanaan CSR masih didasari oleh suka rela suatu perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena belum ada peraturan yang secara tegas mewajibkan sebuah perusahaan untuk melaksanakan CSR.

Definisi lainnya adalah dalam Lawrence, Weber and Post (2005): *“Corporate social responsibility (CSR) means that a corporation should be held accountable for any of its actions that affect people, their communities, and their environment”*²¹ (Artinya: CSR artinya bahwa sebuah perusahaan akan melaksanakan tanggung jawab terhadap tindakannya yang mempengaruhi masyarakat, komunitas mereka, dan lingkungan mereka).

Dapat disimpulkan bahwa CSR artinya perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap semua aktivitasnya yang mempengaruhi kehidupan pihak-pihak dan lingkungan di sekitarnya. CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan pada hakikatnya adalah upaya yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan untuk menjamin agar praktik usahanya memenuhi kriteria tanggung jawab pada semua *stakeholder*. *Stakeholder* ini mencakup bukan saja pelaku usaha dan pemegang saham perusahaan tersebut, namun juga karyawannya, masyarakat, lingkungan, pemerintah, dll.

Hingga saat ini belum ada kesepakatan tunggal mengenai definisi CSR, tetapi ada kesamaan yang mendasar dari semua definisi tersebut, yaitu dalam suatu perusahaan perlu adanya perhatian terhadap aspek ekonomis, aspek

²¹Lawrence, Anne T., James Weber and James E. Post. *Business and Society (Stakeholders, Ethics, Public Policy)*. (Singapore: McGraw-Hill, 2005). p. 46.

sosial, serta lingkungan. CSR merupakan bagian strategi bisnis korporasi yang berkaitan dengan kelangsungan usaha dalam jangka panjang.

Saat ini ISO (*International Organization for Standardization*), tengah menggodok konsep standar CSR yang diperkirakan selesai pada akhir 2009. Standar itu dikenal dengan nama ISO 26000 *Guidance on Social Responsibility*. Dengan standar ini, pada akhir 2009 hanya akan dikenal satu konsep CSR. Selama ini dikenal banyak konsep mengenai CSR yang digunakan oleh berbagai lembaga internasional dan para ahli.

Di Indonesia CSR diatur dalam Undang Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pada Bab I UU Nomor 40 Tahun 2007 mengenai ketentuan umum Pasal 1 disebutkan bahwa:

“Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dari lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Dalam Pasal 74 Ayat 1 dinyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. (Inilah yang dimaksud dengan CSR).

Dalam Ayat 2 dinyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memerhatikan kepatutan dan kewajaran.

Dalam Ayat 3 dinyatakan bahwa perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana pasal 1 dikenai sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dalam Ayat 4 dinyatakan bahwa ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.”²²

²²Undang Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Undang-undang tersebut merupakan sebuah kemajuan dalam perkembangan aspek CSR di Indonesia. Undang-undang tersebut dapat dijadikan sumber hukum yang kuat dalam mengatur pelaksanaan CSR di dalam perusahaan. Secara jelas juga disebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi, terutama bagi perusahaan yang kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Namun pada penjelasan pasal 74 menyatakan bahwa yang dimaksud dengan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam adalah perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Berikutnya yang dimaksud dengan perseroan yang menjalankan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam adalah perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi sumber daya alam.

Definisi pengungkapan CSR menurut Nazli, Sulaiman, and Siswantoro (2003) adalah:

*“Corporate Social Responsibility disclosure is disclosures relating to the interaction between an organization and its physical and social environment inclusive of disclosures relating to human resources, community involvement, the natural environment, energy and product safety.”*²³ (Artinya: Pengungkapan CSR adalah pengungkapan yang terkait dengan interaksi antara sebuah organisasi dengan lingkungan fisik dan sosialnya, termasuk pengungkapan yang terkait dengan sumber daya manusia, keterlibatan komunitas, lingkungan alam, energi, dan keamanan produk).

²³Nazli, Nik, Maliah Sulaiman, and Dodik Siswantoro. “Corporate Social Responsibility Disclosure in Malaysia: An Analysis Of Annual Reports Of KLSE Listed Companies”. IIUM Journal of Economics and Management 11, no.1. The International Islamic University Malaysia, 2003. p. 4.

Pengungkapan CSR adalah pengungkapan yang terkait dengan interaksi antara sebuah organisasi (perusahaan) dengan lingkungannya. Yang termasuk di dalamnya adalah pengungkapan sumber daya manusia (karyawan), keterlibatan masyarakat, lingkungan alam, energi, dan keamanan produk.

Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan memiliki beragam bentuk dan jumlah. Informasi CSR yang diungkapkan oleh perusahaan tersebar di seluruh bagian laporan tahunan. Ada yang mengungkapkannya di bagian profil perusahaan, sambutan dewan komisaris, sambutan dewan direksi, tinjauan operasi, dll. Sebagian besar perusahaan sudah membuat bagian CSR tersendiri dalam laporan tahunannya. Bahkan ada perusahaan yang membuat laporan CSR secara terpisah, yang isinya merinci lebih jelas informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Ada perusahaan yang mengungkapkan banyak sekali kegiatan CSR yang dilakukannya. Namun ada juga perusahaan yang sangat sedikit mengungkapkannya.

Harahap (2004) menyatakan bahwa: “Pelaksanaan *socio economic accounting* akan semakin cepat oleh beberapa tekanan atau faktor antara lain:

- a. Adanya Peraturan Pemerintah atau Undang Undang yang diberlakukan
- b. Ditetapkannya standar akuntansi yang mengharuskan pengungkapan tanggung jawab sosial.
- c. Adanya tekanan dari *pressure group* misalnya *Greenpeace*, *WWF*, *PBB*, dll.
- d. Kesadaran perusahaan.”²⁴

²⁴Harahap, Sofyan Syafri. *Teori Akuntansi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004). p. 366.

Undang-undang yang mengatur pelaksanaan CSR di Indonesia saat ini adalah Undang Undang Nomor 40 Tahun 2007, yang ketentuan lebih lanjutnya akan diatur dalam peraturan pemerintah. Standar akuntansi yang mengatur kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial hingga saat ini belum ada. Kelompok penekan yang berperan dalam pengawasan kegiatan perusahaan antara lain Walhi, YLKI, dll. Kesadaran perusahaan untuk melaksanakan dan mengungkapkan CSR masih rendah. Oleh karena itu, tingkat pengungkapan CSR di Indonesia juga masih cukup rendah jika dibandingkan dengan negara lain.

Choi, Frost and Meek (1999) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi, yaitu: *“Disclosure standards and practises are influenced by legal systems, sources of finance, political and economic ties, level of economic development, education level, and culture.”*²⁵ (Artinya: Praktek dan standar pengungkapan dipengaruhi oleh sistem peraturan, sumber-sumber pembiayaan, kaitan politik dan ekonomi, tingkat pertumbuhan ekonomi, tingkat pendidikan, dan kebudayaan.)

Perbedaan-perbedaan dalam segi hukum, politik, ekonomi, dan budaya memang sering menimbulkan perbedaan dalam pengungkapan dalam laporan tahunan. Sifat dan volume pelaporan mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan bervariasi antar waktu dan antar negara, hal ini disebabkan isu-isu yang dipandang penting oleh satu negara mungkin akan menjadi kurang penting bagi negara lain. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika

²⁵Choi, Frederick D. S., Carol Ann Frost and Gary K. Meek. *International Accounting*. 3rd edition. (USA: Prentice Hall, Inc., 1999). p. 126

pengungkapan laporan tahunan di suatu negara akan berbeda dengan pengungkapan yang dilakukan di negara lain.

Profitabilitas sebuah perusahaan turut mempengaruhi pelaksanaan dan pengungkapan CSR. Hal ini didukung oleh pernyataan Trevino and Nelson (1999) yaitu: *“Firms with strong financial performance were rated higher on corporate social performance, suggesting that companies that do well financially allocate more resources to social concerns.”*²⁶ (Artinya: Perusahaan dengan kinerja keuangan yang kuat telah menghasilkan kinerja sosial yang lebih tinggi, diperkirakan bahwa perusahaan yang baik dalam hal keuangan mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk aspek sosial.)

Perusahaan yang memperoleh laba yang besar akan mengalokasikan dana yang lebih besar untuk melaksanakan dan mengungkapkan CSR. Ada perusahaan yang menyisihkan beberapa persen dari laba yang diperolehnya untuk kegiatan sosial.

Dalam Ljungdahl (2004) dinyatakan:

*“Stanwick and Stanwick have found relationship between the level of commitment expressed in environmental disclosures and company profitability, with the medium financial performers having the most extensive environmental information.”*²⁷

(Artinya: Stanwick dan Stanwick telah menemukan hubungan antara tingkat tanggung jawab yang diperlihatkan dalam pengungkapan aspek lingkungan dan profitabilitas perusahaan, dengan kinerja keuangan yang tingkatnya sedang memiliki informasi aspek lingkungan yang paling luas.)

²⁶ Trevino, Linda K. and Katherine A. Nelson. *Managing Business Ethics (Straight Talk about How To Do It Right)*. (USA: John Wiley&Sons. 1999). p. 33.

²⁷Ljungdahl, Fredrik. “Factors Influencing Environmental and Social Disclosures. (Singapore: Fourth Asia Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference. 4 to 6 July 2004). p. 5.

Hal tersebut merupakan hasil penelitian yang pernah dilakukan, yaitu ditemukan hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan aspek lingkungan yang merupakan bagian dari CSR. Pengungkapan yang paling luas dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang tingkat profitabilitasnya sedang.

Dalam Simanjuntak dan Widiastuti (2004) dinyatakan:

*“Profit margin yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih terinci, sebab mereka ingin meyakinkan investor terhadap profitabilitas perusahaan.”*²⁸

Profit margin merupakan salah satu rasio untuk mengukur profitabilitas. Dengan tingginya profitabilitas suatu perusahaan, maka pengungkapan yang diberikan akan semakin luas agar para investor lebih percaya dengan profitabilitas yang telah dicapai oleh perusahaan.

Hal tersebut senada dengan yang dinyatakan oleh Choi, Frost and Meek (1999) yaitu: *“Full and credible disclosure will enhance investor confidence.”*²⁹ (Artinya: Pengungkapan yang penuh dan dapat dipercaya akan meningkatkan kepercayaan investor.)

Selain itu, hal-hal yang mempengaruhi pengungkapan CSR dinyatakan oleh Nazli, Sulaiman, and Siswanto (2003):

*“Levels of education have increased in tandem with economic affluence, resulting in increased public awareness on many issues, including the social and environmental impact of businesses on society”*³⁰ (Artinya: Tingkat pendidikan telah meningkat bersamaan dengan kemakmuran ekonomi, menghasilkan peningkatan kesadaran

²⁸Simanjuntak, Binsar H., Lusy Widiastuti. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdapat di Bursa Efek Jakarta”. JRAI. Vol. 7. No. 3. September 2004. (Jakarta: Universitas Trisakti). p. 355.

²⁹Choi, Frederick D. S., Carol Ann Frost dan Gary K. Meek. *Op. cit.*, p. 132.

³⁰Nazli, Nik, Maliah Sulaiman, and Dodik Siswanto, *op. cit.*, p. 7.

masyarakat terhadap banyak isu, termasuk dampak sosial dan lingkungan pada masyarakat yang ditimbulkan oleh perusahaan).

Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa tingkat pendidikan telah meningkat bersamaan dengan peningkatan kemakmuran suatu masyarakat atau negara. Dengan meningkatnya tingkat pendidikan maka terciptalah peningkatan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap berbagai hal, termasuk hal-hal mengenai dampak sosial dan lingkungan pada masyarakat yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan.

Belkaoui dalam Anggraini (2006) menemukan hasil ada hubungan positif antara pengungkapan sosial dengan visibilitas politis, dimana perusahaan besar yang cenderung diawasi akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial dibandingkan perusahaan kecil.

Perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile* akan memberikan informasi sosial lebih banyak dibandingkan perusahaan yang *low-profile*. Industri yang *high-profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi.

Belkaoui dalam Anggraini (2006) menemukan hasil ada hubungan negatif antara pengungkapan sosial dengan tingkat *financial leverage*, hal ini berarti semakin tinggi rasio utang/modal semakin rendah pengungkapan sosialnya karena semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit. Sehingga perusahaan harus menyajikan laba yang lebih tinggi pada saat sekarang dibandingkan laba di masa depan. Supaya perusahaan dapat menyajikan laba

yang lebih tinggi, maka perusahaan harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya-biaya untuk mengungkapkan informasi sosial).

Menurut Harahap (2004):

“Ada beberapa model dan kecenderungan tentang keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial. Sepanjang penelitian kepustakaan ada tiga pandangan atau model yang menggambarkan tentang keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial. Ketiga model itu adalah sebagai berikut:

a. Model Klasik

Tujuan perusahaan hanya untuk mencari untung yang sebesar-besarnya. Kriteria keberhasilan perusahaan diukur oleh daya guna dan pertumbuhan. Menurut pendapat ini, usaha yang dilakukan perusahaan semata-mata hanya untuk memenuhi permintaan pasar dan, mencari untung yang akan dipersembahkan kepada pemilik modal.

b. Model Manajemen

Perusahaan dianggap sebagai lembaga permanen yang hidup dan punya tujuan tersendiri. Manajer sebagai orang yang dipercayai oleh pemilik modal menjalankan perusahaan untuk kepentingan bukan saja pemilik modal, tetapi juga mereka yang terlibat langsung dengan hidup matinya perusahaan seperti karyawan, langganan, supplier, dan pihak lain yang ada kaitannya dengan perusahaan yang tidak semata-mata didasarkan atas adanya hubungan kontrak perjanjian.

c. Model Lingkungan Sosial

Model ini menekankan bahwa perusahaan meyakini bahwa kekuasaan ekonomi dan politik yang dimilikinya mempunyai hubungan dengan kepentingan (bersumber) dari lingkungan sosial dan bukan hanya semata dari pasar sesuai dengan teori atau model klasik. Konsekuensinya perusahaan harus berpartisipasi aktif dalam menyelesaikan penyakit sosial yang berada di lingkungannya seperti sistem pendidikan yang tidak bermutu, pengangguran, polusi, perumahan kumuh, transportasi yang tidak teratur, keamanan, polusi dan lain-lain.”³¹

Model klasik mengisyaratkan bahwa perusahaan tidak perlu memikirkan efek sosial yang ditimbulkan perusahaannya dan tidak perlu memikirkan usaha untuk memperbaiki penyakit sosial. Ini adalah model yang sangat tidak etis karena perusahaan bebas melakukan apa saja untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan model manajemen

³¹Harahap, op. cit., pp. 356-357.

merupakan model yang lebih baik karena perusahaan turut memperhatikan kepentingan pihak-pihak lain yang masih berhubungan dengan perusahaan. Model lingkungan sosial merupakan model terbaik karena perusahaan tidak hanya memikirkan kesejahteraannya sendiri, tapi juga memperhatikan kesejahteraan sosial. Model inilah yang paling sesuai dengan CSR.

Mengenai bentuk-bentuk CSR, Mark Godyer dalam Budimanta, Prasetyo, dan Rudito (2004):

“Bentuk CSR dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Nilai dalam korporat yang dipakai untuk menerapkan atau mewujudkan tindakan-tindakan yang sesuai dengan keadaan sosial terhadap komunitas sekitarnya.
- b. Tindakan terhadap luar korporat atau kaitannya dengan lingkungan di luar korporat seperti komunitas dan lingkungan alam. Bagaimana sebuah korporat menerapkan atau memenuhi kebutuhan-kebutuhan komunitas sekitarnya.”³²

Bentuk yang pertama merupakan CSR yang terintegrasi ke dalam pengambilan keputusan, aktivitas perusahaan, dan nilai-nilai sosial yang berlaku di dalam suatu perusahaan. Nilai-nilai tersebut dilaksanakan oleh orang atau pihak yang ada di dalam suatu perusahaan. Misalnya mematuhi peraturan yang berlaku, membuat kebijakan-kebijakan yang ramah lingkungan, dll. Sedangkan bentuk yang kedua merupakan tindakan yang dilakukan terhadap pihak-pihak di luar perusahaan, misalnya membantu masyarakat yang tidak mampu, membangun sarana kesehatan, pendidikan.

³²Budimanta, Arif, Adi Prasetyo, dan Bambang Rudito. Op. cit., p. 77.

Bentuk-bentuk tersebut merupakan penjabaran yang lebih terperinci dengan membagi CSR ke dalam beberapa kategori. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan mencakup kepedulian terhadap kelestarian lingkungan, penghematan energi, pengembangan sumber daya manusia, peningkatan kesejahteraan masyarakat, perbaikan kualitas pendidikan, dll. Namun kenyataannya tidak semua bentuk-bentuk CSR tersebut dilaksanakan oleh perusahaan. Hanya sebagian bentuk CSR saja yang dilaksanakan dan diungkapkan perusahaan di dalam laporan tahunannya.

Selain bentuk-bentuk CSR menurut Harahap, masih banyak pendapat lain yang juga menyebutkan bentuk-bentuk CSR dalam berbagai kategori. Hingga saat ini masih terdapat perbedaan dalam mengklasifikasikan bentuk-bentuk kegiatan yang termasuk ke dalam CSR. Dengan adanya ISO 26000, diharapkan pada tahun 2009 sudah ada standar baku mengenai bentuk-bentuk CSR.

Sebenarnya banyak sekali manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan CSR. Bagi perusahaan, usahanya akan lebih berkesinambungan karena pekerjaanya sejahtera dan kerasan bekerja disana sehingga menjadi produktif; bahan bakunya terjamin karena lingkungan terjaga; nama baik karena dukungan sosial dari masyarakat sekitar. Maka pada akhirnya, laba yang didapat perusahaan juga akan terjaga (*sustainable profitability*). Bagi lingkungan, praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat memperbaiki lingkungannya. Dengan kemitraan

dan kekeluargaan, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat sekitar. Rasa memiliki perlahan-lahan akan muncul dari masyarakat dan akan memandang kehadiran korporasi di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat. Manakala kesadaran ini muncul, masyarakat siap untuk memberi kontribusi kegiatan korporasi.

Beberapa manfaat CSR bagi perusahaan antara lain:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan image perusahaan, sehingga menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.
- b. Membentangkan akses menuju pasar karena program CSR dapat menjadi jalan bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Termasuk di dalamnya adalah mendapatkan pangsa pasar yang baru.
- c. Mengurangi biaya. Dengan melaksanakan CSR maka perusahaan dapat melakukan penghematan biaya. Misalnya dengan proses daur ulang sisa bahan-bahan produksi seperti plastik sehingga dapat menghemat biaya dan mengurangi pembuangan limbah.
- d. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*. Karena implementasi program CSR tentunya akan menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*.

Hal-hal tersebut juga didukung oleh teori Trevino, Linda K. and Katherine A. Nelson (1999): *“In fact, the study's findings suggest that a firm's relationships with key stakeholders (e.g., employees, community,*

natural environment) are important to its financial performance”³³

(Artinya: Kenyataannya, hasil penemuan studi menganjurkan bahwa hubungan sebuah perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan (misalnya para karyawan, komunitas, lingkungan alam) adalah penting untuk kinerja keuangan perusahaan).

Berdasarkan hasil studi ditemukan bahwa hubungan sebuah perusahaan dengan pihak-pihak lain yang berkepentingan adalah hal yang penting untuk kinerja keuangan perusahaan. Maka kinerja perusahaan yang sifatnya nonfinansial turut mempengaruhi kinerja finansial. Sehingga pelaksanaan dan pengungkapan CSR menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan.

Hingga saat ini masih banyak perdebatan mengenai pro dan kontra tanggung jawab sosial perusahaan. Berikut ini menurut Harahap (2004):

“Alasan dari para pendukung agar perusahaan memiliki etika dan tanggung jawab sosial:

- a. Keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan. Dalam jangka panjang, hal ini sangat menguntungkan perusahaan.
- b. Keterlibatan sosial mungkin akan mempengaruhi perbaikan lingkungan, masyarakat, yang mungkin akan menurunkan biaya produksi.
- c. Meningkatkan nama baik perusahaan, akan menimbulkan simpati langganan, simpati karyawan, investor, dll.
- d. Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat. Campur tangan pemerintah cenderung membatasi peran perusahaan. Sehingga jika perusahaan memiliki tanggung jawab sosial mungkin dapat menghindari pembatasan kegiatan perusahaan.
- e. Dapat menunjukkan respon positif perusahaan terhadap norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat, sehingga mendapat simpati masyarakat.

³³Trevino, Linda K. and Katherine A. Nelson, op. cit., p. 33.

- f. Sesuai dengan keinginan para pemegang saham, dalam hal ini publik.
- g. Mengurangi tensi kebencian masyarakat kepada perusahaan.
- h. Membantu kepentingan nasional, seperti konservasi alam, pemeliharaan barang seni budaya, peningkatan pendidikan rakyat, lapangan kerja, dll.

Di pihak lain, alasan para penentang yang tidak menyetujui konsep tanggung jawab sosial perusahaan antara lain:

- a. Mengalihkan perhatian perusahaan dari tujuan utamanya dalam mencari laba. Ini akan menimbulkan pemborosan.
- b. Memungkinkan keterlibatan perusahaan terhadap permainan kekuasaan atau politik secara berlebihan yang sebenarnya bukan lapangannya.
- c. Keterlibatan sosial memerlukan dana dan tenaga yang cukup besar yang tidak dapat dipenuhi oleh dana perusahaan yang terbatas, yang dapat menurunkan tingkat pertumbuhan perusahaan.
- d. Keterlibatan pada kegiatan sosial yang demikian kompleks memerlukan tenaga dan para ahli yang belum tentu dimiliki oleh perusahaan.”³⁴

Pro dan kontra tersebut memang menjadi hal yang sangat wajar, mengingat tujuan utama perusahaan adalah mencari laba. Namun di lain pihak, perusahaan juga perlu mempertimbangkan aspek-aspek lain yang tentunya sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan perusahaan di masa yang akan datang. Saat ini CSR masih menjadi topik yang ramai dibicarakan dan sering diperdebatkan karena pertimbangan untung ruginya bagi perusahaan.

Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memotivasi perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk

³⁴Harahap, op. cit., pp. 361-362.

hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan dalam mengkonsumsi produk dapat terpenuhi.

B.Kerangka Berpikir

Perusahaan menjalankan kegiatan usaha dalam mencapai keuntungan atau laba. Interaksi dengan lingkungan masyarakat, lingkungan alam, pekerja, dan pemerintah tidak dapat dihindarkan. Perusahaan harus tetap menjaga hubungan baik dengan pihak-pihak yang berkepentingan agar keberlanjutan perusahaan dapat terus terjaga.

Berbagai ukuran profitabilitas digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, semakin besar kemampuannya untuk menghasilkan laba. Maka perusahaan yang memperoleh laba yang besar akan mengalokasikan dana yang lebih besar untuk kegiatan CSR. Tingkat profitabilitas yang tinggi juga perlu didukung oleh pengungkapan informasi yang cukup dalam laporan tahunannya. Hal itu dilakukan untuk meyakinkan para investor, kreditor, masyarakat, konsumen, dan pihak lainnya mengenai profitabilitas perusahaan. Timbul pemikiran dan dugaan bahwa perusahaan yang tingkat profitabilitasnya tinggi akan lebih banyak mengungkapkan kegiatan CSR-nya.

C.Perumusan Hipotesis

Berdasarkan deskripsi teoretis dan kerangka berpikir yang telah diuraikan di atas maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

“Terdapat hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR pada perusahaan barang konsumsi dan pertambangan di Bursa Efek Indonesia”