

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 *Corporate Social Responsibility*

Menurut Nor Hadi, (2011) CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu bentuk tindakan dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya serta sekaligus untuk peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

Nor Hadi (2011:46) menyatakan bahwa: “*Corporate Social Responsibility is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society*“ . Arti dari definisi ini pada dasarnya bagaimana mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Nor Hadi (2011:46) mendefinisikan CSR sebagai berikut “*CSR is about capacity building for sustainable livelihood. It respect cultural differences and finds the business opportunities in building the skill of employees, the community and the government*”. Arti dari definisi ini memberikan penjelasan secara lebih dalam bahwa sesungguhnya CSR untuk membangun kapasitas yang kemungkinan dapat berkelanjutan. CSR menghargai perbedaan budaya dan menemukan

peluang-peluang bisnis dalam membangun keterampilan, komunitas dan pemerintah.

Dalam perkembangannya CSR tidak memiliki definisi tunggal. Menurut CSR Indonesia (www.csrindonesia.com) definisi CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan sesuai kemampuan perusahaan tersebut sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Contoh bentuk dari tanggung jawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.

World Business Council on Sustainable Development (WBCSD) merupakan suatu asosiasi global yang terdiri dari sekitar 200 perusahaan yang secara khusus bergerak dibidang *sustainable development*. *WBCSD* menyatakan bahwa:

”CSR merupakan komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas.”

Sampai saat ini memang tidak ada definisi tunggal mengenai pengertian CSR, namun dari pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan komitmen dan upaya perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban untuk meningkatkan kualitas hidup pemangku kepentingan, seperti *stakeholder* maupun masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Perusahaan

tidak hanya melakukan tanggung jawab terhadap dampak dari kegiatan produksinya tapi perusahaan juga mempunyai kekuatan yang besar untuk merubah ekonomi, lingkungan, dan sosial secara mendunia.

Dari beberapa pengertian CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dikemukakan dari beberapa para ahli dapat diambil kesimpulan, CSR itu merupakan suatu strategi perusahaan dalam bentuk kegiatan yang diterapkan serta dijalankan di perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, untuk dapat berkontribusi serta memberikan loyalitas kepada seluruh pihak yang berada disekitar lingkungan perusahaan maupun masyarakat untuk dapat meningkatkan kesejahteraan. Karena peranan CSR dalam perusahaan sangat penting dan berpengaruh untuk meningkatkan citra perusahaan, serta mengembangkan kerja sama dengan perusahaan lain.

2.1.2 Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility terdiri dari 3 prinsip utama menurut Crowther & Aras (2008) yaitu:

a) Sustainability

Berkaitan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas agar tetap memperhitungkan dari keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan.

b) Accountability

Merupakan upaya perusahaan agar terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal.

c) Transparency

Merupakan prinsip-prinsip penting bagi pihak eksternal, transparansi bersinggungan dengan pelaporan dari aktivitas dalam perusahaan.

2.1.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

CSR menjadi sebuah kewajiban baru standar bisnis yang harus dipenuhi oleh perusahaan apabila menginginkan perusahaan tersebut berlanjut. CSR akan menjadi strategi bisnis yang mutlak dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan loyalitas atau citra perusahaan. Kedua hal tersebut akan menjadi keunggulan perusahaan yang sulit ditiru oleh para pesaingnya. Dampak baik yang dihasilkan CSR dapat dirasakan oleh pihak yang terkait secara langsung maupun tidak langsung, antara lain bagi perusahaan itu sendiri, masyarakat dan juga pemerintah.

2.1.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut juga sebagai CSR merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Kewajiban pengungkapan CSR telah diatur dalam beberapa ketentuan. Ketentuan pertama adalah ketentuan yang dikeluarkan oleh Bapepam No.Kep.38/PM/1996. Ketentuan ini menyatakan 2

jenis pengungkapan yang digunakan di Indonesia. Pertama adalah pengungkapan yang bersifat wajib (*mandatory*), yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Sedangkan ketentuan yang kedua, yaitu pengungkapan CSR di Indonesia telah diatur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) yang menyarankan kepada perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab mengenai sosial dan lingkungan. Penerapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan dapat diwujudkan dengan cara pengungkapan CSRD (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) yang disosialisasikan kepublik dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Undang-undang yang telah mengatur pelaksanaan CSR dengan menerbitkan Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Sebagaimana dinyatakan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 2009) paragraf keduabelas:

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari bagian laporan keuangan, laporan yang mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.”

Alasan utama mengapa suatu pengungkapan diperlukan adalah agar pihak investor dapat melakukan suatu kesimpulan dalam pengambilan keputusan investasi. Berkaitan dengan keputusan investasi, investor memerlukan tambahan informasi yang tidak hanya informasi tambahan tapi juga informasi non-keuangan. Kebutuhan itu didorong oleh adanya

perubahan manajerial yang menyebabkan terjadinya perluasan kebutuhan investor akan informasi baru yang mampu menginformasikan hal-hal yang bersifat kualitatif yang berkaitan dengan perusahaan. Informasi kualitatif ini dapat diungkapkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Dalam melakukan pengungkapan CSR perusahaan bebas untuk menentukan format laporan yang akan dibuatnya. Namun yang terpenting adalah tidak adanya manipulasi seperti yang sering terjadi pada laporan keuangan. Informasi yang dilaporkan dalam laporan tersebut harus mampu menggambarkan keadaan yang sebenarnya.

Ketentuan pemerintah yang tertuang dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) No. 40 Tahun 2007 yang menyebutkan bahwa:

“Selain untuk menyampaikan laporan keuangan, perseroan terbatas juga mewajibkan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan sekitarnya. Dari Lampiran Keputusan Ketua Bapepam Nomor KEP-134/BL/2006 juga mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait tata kelola perusahaan di mana di dalamnya juga termasuk uraian mengenai aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan pada laporan tahunan perusahaan.”

Menurut Standar GRI (*Global Reporting Initiatives*) dalam pedoman yang berkelanjutan, telah menyatakan:

“Laporan berkelanjutan adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal.”

Laporan berkelanjutan yang disusun berdasarkan kerangka pelaporan GRI mengungkapkan keluaran dan hasil yang terjadi dalam suatu periode laporan tertentu dalam konteks komitmen organisasi, strategi, dan pendekatan manajemennya. Laporan ini dapat digunakan untuk tujuan berikut:

- a) Patok banding dan pengukuran kinerja berkelanjutan yang menghormati hukum, norma, kode, standar kinerja, dan inisiatif sukarela.
- b) Menunjukkan bagaimana organisasi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh harapannya mengenai pembangunan berkelanjutan.
- c) Membandingkan kinerja dalam sebuah organisasi dan di antara berbagai organisasi dalam waktu tertentu.

Pengungkapan tanggung jawab sosial diukur menggunakan CSRDI (*corporate social responsibility disclosure index*) berdasarkan indikator-indikator dari GRI (*global reporting initiatives*) yang dapat diperoleh dari *website* (www.globalreporting.org). Pengukuran CSRDI mengacu pada penelitian Sayekti dan Wondabio (2007) dalam Ahmad Nurkhin (2009), yang menggunakan metode *content analysis* dalam mengukur CSRDI. *Content analysis* adalah suatu metode yang mengubah informasi kualitatif menjadi kuantitatif sehingga dapat diolah data dalam perhitungan statistik. Artinya, total angka yang didapat dari proses *content analysis* ini menggambarkan banyaknya pengungkapan yang diinformasikan dalam laporan tersebut. Metode ini merupakan salah satu metode pengukuran CSRDI yang sudah banyak digunakan dalam penelitian sebelumnya.

Pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan dengan cara hanya menghitung satu kali untuk setiap item-item yang diungkapkan tanpa mempertimbangkan apakah item tersebut diungkapkan kembali dalam halaman lain dengan bahasa yang berbeda. Selain menggunakan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan, pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial juga dilakukan dengan melihat item-item pengungkapan yang telah termuat dalam

laporan berkelanjutan (*sustainability report*) perusahaan sesuai dengan standar *Global Reporting Initiatives* (GRI).

Pada setiap kategori pengungkapan GRI terdapat beberapa item sehingga apabila dijumlahkan totalnya 79 item. Item pengungkapan dalam penelitian ini kemudian dinyatakan dalam bentuk indeks pengungkapan sosial. Apabila item pengungkapan tersebut ada dalam laporan tahunan atau laporan berkelanjutan perusahaan diberi skor 1, dan jika item dalam pengungkapan tersebut tidak ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 0.

Jumlah skor maksimal jika didalam perusahaan telah mengungkapkan semua item kategori pengungkapan tanggung jawab sosial adalah 79 item yang disebutkan dalam indikator GRI yang mencakup 3 fokus pengungkapan yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial sebagai dasar *sustainability reporting*. Indikator tersebut:

- a) Indikator ekonomi (*economic performance indicator*)
- b) Indikator lingkungan (*environment performance indicator*)
- c) Indikator sosial (*social performance indicator*)
 - Tenaga kerja (*labor practices and decent work*)
 - Hak asasi manusia (*human rights performance*)
 - Sosial (*society*)
 - Tanggung jawab produk (*product responsibility performance*)

Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk dapat memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRDI, sebagai berikut:

$$\text{CSRDI} = \frac{\sum X}{79 \text{ item}}$$

Keterangan:

CSRDI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan

X : Jumlah item CSR yang diungkapkan perusahaan

2.1.5 *Profitabilitas*

Menurut Darsono et. al (2005) *profitabilitas* adalah kemampuan manajemen perusahaan untuk menghasilkan laba. Manajemen perusahaan agar dapat memaksimalkan laba perusahaan harus mampu meningkatkan pendapatan dan meminimalisasi beban atau bisa dikatakan memberdayakan sumber daya seefisien mungkin. Prihadi (2008) menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah memperoleh laba, sehingga tingkat profitabilitas yang tinggi dan konsisten menjadi perhatian untuk analis dan pemegang saham.

Darsono et. al (2005) mendefinisikan ROE (*Return on equity*) adalah analisis yang bisa mengetahui tingkat pengembalian yang dapat diberikan perusahaan kepada para investor. Sedangkan menurut Mardiyanto (2009) ROE digunakan untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi pemegang saham, oleh karena itu ROE dianggap sebagai representasi dari kekayaan pemegang saham.

Profitabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah ROE (*Return on equity*). Indikator dari perhitungan ROE (*Return on equity*) dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

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 atau keuntungan yang dihasilkan perusahaan dari penjualan pendapatan investasi (Kasmir, 2011:196).

Return on equity (ROE) menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk mendapatkan *net income* yang tersedia bagi pemegang saham. Semakin tinggi *return* adalah semakin baik karena berarti dividen yang dibagikan atau ditanamkan kembali sebagai *retained earning* juga akan makin besar.

Ukuran *profitabilitas* dapat berbagai macam seperti: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Menurut Afriyanti Melinda (2011) mengungkapkan bahwa rasio *profitabilitas* menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen, tapi juga akan memperoleh yang lebih

besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, semakin besar dividen akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer menjadi meningkat bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan deviden sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Jadi, *profitabilitas* menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

2.1.5.1 Tujuan Penggunaan Rasio *Profitabilitas*

Adapun tujuan dari penggunaan rasio *profitabilitas* bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu:

- a) Untuk menghitung dan mengukur laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- b) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- c) Untuk menilai posisi laba perusahaan dari tahun sebelumnya ke tahun baru.
- d) Untuk mengukur produktivitas dan mengukur besarnya laba bersih.

2.1.5.2 Hubungan *Profitabilitas* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan flexibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada para pemegang saham. Hubungan *profitabilitas* terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan adalah sebagai gambaran atas kinerja operasi didalam perusahaan, bahwa semakin tinggi dari tingkat *profitabilitas* yang

dimiliki perusahaan seperti laba atau keuntungan maka semakin besar tingkat pengungkapan informasi sosial dalam perusahaan.

Pengungkapan sosial perusahaan dapat dipercaya untuk mencerminkan suatu pendekatan manajemen yang berhubungan dengan suatu lingkungan serta mempunyai kemampuan untuk menghadapi tekanan sosial dan tanggap terhadap kebutuhan sosial. Kemampuan dari manajemen dianggap perlu untuk dapat dipertahankan dalam lingkungan perusahaan sekarang ini. *Profitabilitas* adalah faktor yang memungkinkan manajemen lebih bebas dan fleksibel untuk menyampaikan seluruh informasi kepada para pemegang saham tentang program pertanggungjawaban sosial yang ekstensif. Menurut Achmad (2009), hubungan antara pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan dan *profitabilitas* perusahaan telah menjadi peranan untuk menggambarkan pandangan bahwa tanggapan sosial memerlukan gaya manajerial yang sama seperti apa yang perlu dilakukan untuk membuat perusahaan dalam menghasilkan laba.

2.1.6 Leverage

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. *Leverage* mencerminkan bagaimana tingkat risiko keuangan perusahaan dan menunjukan struktur pendanaan perusahaan (Sembiring, 2005).

Rasio *leverage* keuangan dapat diukur dengan *Debt Ratio*, *Debt to Equity Ratio* (DER), *Time Interest Earnet Ratio*, *Fixed Charge Coverage Ratio*, dan *Debt Service Ratio* (Sutrisno, 2009:248-251). Rasio yang digunakan untuk mengukur *leverage* keuangan dalam penelitian ini adalah *Debt to Equity Ratio* (DER). DER

merupakan proporsi total utang terhadap ekuitas pemegang saham. Digunakan DER karena rasio ini menggambarkan keseimbangan antara utang yang dimiliki perusahaan dengan modal sendiri (Sutrisno, 2009:249).

Dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Leverage (DER)} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Menurut Kasmir (2011:150), untuk menjalankan operasinya setiap perusahaan memiliki berbagai kebutuhan, terutama yang berkaitan dengan dana agar perusahaan tersebut dapat berjalan sebagaimana semestinya. Sumber dana secara garis besar dapat diperoleh dari modal sendiri dan pinjaman. Rasio *solvabilitas* atau *leverage* ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva dari perusahaan yang dibiayai dari utang. Artinya seberapa besar beban dari utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya.

2.1.6.1 Hubungan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Harahap (2010:306) rasio *leverage* menggambarkan dan mengungkapkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset. Rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan dengan modal.

Menurut (Scott, 2000) dalam Ardilla (2011) mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, besar kemungkinan perusahaan untuk melakukan pelanggaran terhadap kontrak utang, sehingga manajer akan melaporkan laba saat ini lebih tinggi dibandingkan dengan laba masa depan. Dari laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang dan manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba yang dimiliki sekarang.

Menurut Belkaoui (2006) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel penelitian dan Alat uji	Hasil
1.	Jurica Lucyanda dan Lady Graciapriilia Siagian (2012)	Var. independen: <i>profitabilitas</i> dan <i>leverage</i> Var. dependen: <i>CSR Disclosure</i> Alat Uji: Regresi berganda	<i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap <i>CSR disclosure</i> . <i>profitabilitas</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>CSR disclosure</i> .
2.	Simanjuntak dan Widiastuti (2007)	Var. independen: <i>profitabilitas</i> dan <i>leverage</i> . Var. dependen: <i>CSR Disclosure</i> Alat Uji: Regresi berganda	Berpengaruh secara simultan antara kedua variabel <i>profitabilitas</i> dan <i>leverage</i> tersebut terhadap <i>CSR Disclosure</i> .
3.	Sitepu dan Hasan (2009)	Var. independen: <i>profitabilitas</i> , ukuran perusahaan, <i>leverage</i> . Var. dependen: <i>CSR Disclosure</i> Alat uji: Regresi berganda	<i>Profitabilitas</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>CSR Disclosure</i> . ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>CSR Disclosure</i> .

4.	Farah Diba (2012)	Var. independen: Kepemilikan saham pemerintah, kepemilikan asing, dan <i>profitabilitas</i> . Var. dependen: <i>CSR Disclosure</i> Alat Uji: Regresi berganda	Kepemilikan saham pemerintah, kepemilikan asing, regulasi pemerintah, <i>profitabilitas</i> berpengaruh terhadap <i>CSR Disclosure</i> .
5.	Sembiring (2005)	Variabel Independen: <i>profitabilitas, leverage</i> , ukuran dewan komisaris. Variabel dependen: CSR Alat uji: Regresi berganda	secara parsial tiga variable, yaitu <i>size</i> , profile, dan ukuran dewan komisaris ditemukan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. sedangkan <i>leverage</i> dan <i>profitabilitas</i> berpengaruh negatif.

2.3 Kerangka Pemikiran

Di Indonesia terdapat peraturan yang mengatur hal-hal yang terkait dengan CSR. Dalam Undang-undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dibahas mengenai peraturan yang berhubungan dengan perseroan terbatas. Pada ayatnya yang pertama dikatakan bahwa, “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.”

Menurut Darsono et. al (2005) *profitabilitas* adalah kemampuan manajemen perusahaan untuk menghasilkan laba. Manajemen perusahaan agar dapat memaksimalkan laba perusahaan harus mampu meningkatkan pendapatan dan meminimalisasi beban atau bisa dikatakan memberdayakan sumber daya seefisien mungkin

Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan, menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu. Dengan *profitabilitas* yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Menurut Achmad (2009) hubungan antara pengungkapan sosial perusahaan dan *profitabilitas* perusahaan telah menjadi peranan untuk menggambarkan pandangan bahwa tanggapan sosial memerlukan gaya manajerial yang sama seperti apa yang perlu dilakukan untuk membuat perusahaan menghasilkan laba. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *profitabilitas* perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan tanggungjawab sosial di perusahaan.

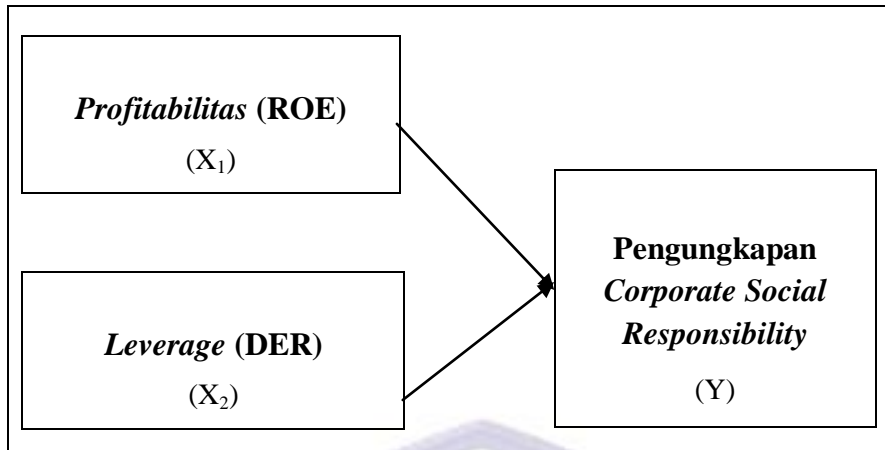
Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. *Leverage* mencerminkan bagaimana tingkat risiko keuangan perusahaan dan menunjukkan struktur pendanaan perusahaan (Sembiring, 2005).

Rasio *leverage* yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva yang dimiliki perusahaan berasal dari hutang atau modal, perusahaan dan kewajibannya yang bersifat tetap kepada pihak lain serta keseimbangan nilai aktiva tetap dengan modal yang ada.

Menurut Harahap (2010:306) rasio *leverage* menggambarkan dan mengungkapkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset. Rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan dengan modal.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sitepu dan Hasan (2009) *profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Simanjuntak dan Widiastuti (2007), mereka menemukan antara kedua variabel *profitabilitas* dan *leverage* berpengaruh secara simultan, sedangkan menurut Jurica Lucyanda dan Lady Gracia Prilia Siagian (2012) *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, *profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Dari kerangka pemikiran yang telah diuraikan dan ditentukan dari variabel yang akan diteliti seperti *profitabilitas* dan *leverage* terhadap CSR. Hubungannya dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Teoritis

Pengaruh Variabel *Profitabilitas* dan *Leverage* terhadap CSRD

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. *Dependent variable* (Y) yaitu variabel yang dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel (X₁) = *Profitabilitas* (ROE) dan (X₂) = *Leverage* (DER). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia.
2. *Independent variable* (X) yaitu variabel-variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel (Y) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang diteliti. Variabel bebas tersebut terdiri dari (X₁) = *Profitabilitas* (ROE) dan (X₂) = *Leverage* (DER).

2.3 Hipotesis Penelitian

Dari penjelasan teoritis di atas dan penelitian sebelumnya maka dapat diambil hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI.

H2: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI.

H3: *Profitabilitas* dan *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI.

