

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Telaah Penelitian Terdahulu

Penelitian ini berdasarkan pada penelitian - penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Namun, sebagian penelitian memiliki hasil yang tidak konsisten. Selain itu peneliti juga menggabungkan antara jurnal yang satu dengan jurnal yang lainnya. Berikut adalah penjelasan dari para peneliti terdahulu.

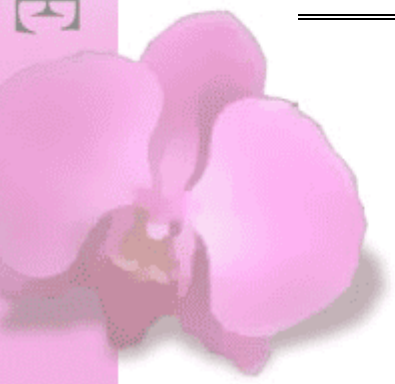
1. Sari dan Andayani (2016)

Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah *size*, profitabilitas, dan *leverage* sebagai variabel independen dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode (2012 -2014). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Andayani (2016) bahwa *size* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Sukenti, Hidayati dan Mawardi (2017)

Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan *Growth* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”. Pada

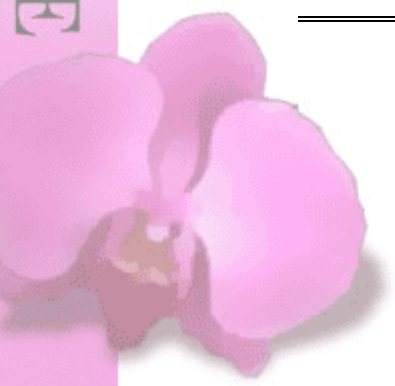
“PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN LIKUIDITAS TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN PERIODE 2014-2016”
Author: METYA RUSDIANA NPK: A.2014.1.32811



penelitian ini variabel yang digunakan adalah profitabilitas, likuiditas, dan *growth* sebagai variabel independen dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode (2013-2015). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukenti, Hidayati dan Mawardi (2017) bahwa profitabilitas berpengaruh pada pengungkapan CSR, likuiditas tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR, dan *growth* berpengaruh pada pengungkapan CSR.

3. Rindawati dan Asyik (2015)

Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* dan kepemilikan publik sebagai variabel independen dan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode (2011-2013). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rindawati dan Asyik (2015) bahwa *size* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

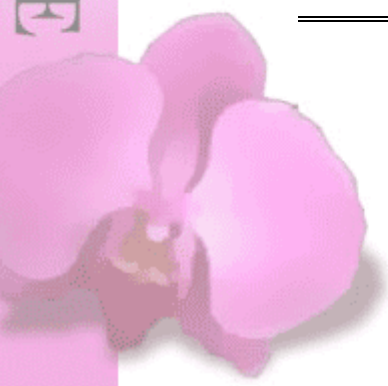


4. Afrianto dan Suryono (2016)

Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kinerja Keuangan Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris sebagai variabel independen dan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode (2012-2014). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Afrianto dan Suryono (2016) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

5. Rofiqkoh dan Priyadi (2016)

Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan sebagai variabel independen dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode (2012-2014). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rofiqkoh dan Priyadi (2016) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh

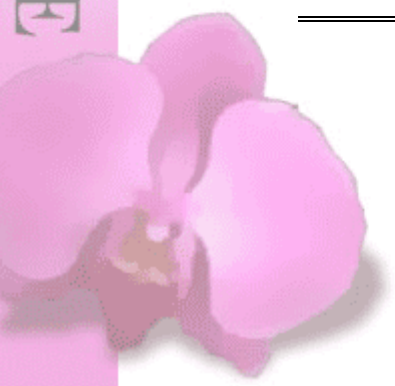


signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan, *leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

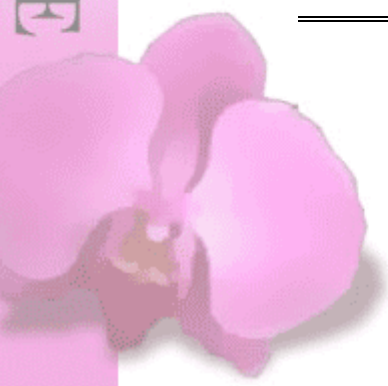
No	Peneliti	Judul	Variabel/ Fokus Penelitian	Metode Analisis	Hasil
1.	Permata sari dan Andayani, 2016	Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2012-2014)	• <i>Size</i> • Profitabilitas • <i>Leverage</i>	• Uji asumsi klasik • Uji analisis regresi berganda	• <i>Size</i> berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan • Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan • <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
2.	Sukenti, Hidayati, dan Mawardi, 2017	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan <i>Growth</i> Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab	• Profitabilitas • Likuiditas	• Uji asumsi klasik • Uji analisis regresi berganda	• Profitabilitas berpengaruh pada pengungkapan CSR • Likuiditas tidak

“PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN LIKUIDITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN PERIODE 2014-2016”
Author: METYA RUSDIANA NPK: A.2014.1.32811



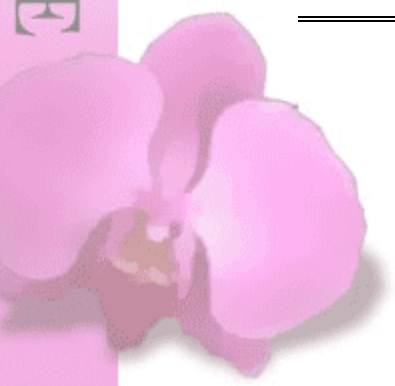
		Sosial Perusahaan (Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2015)	• <i>Growth</i>		berpengaruh pada pengungkapan CSR • <i>Growth</i> berpengaruh pada pengungkapan CSR
3.	Rindawati dan Asyik, 2015	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan CSR (Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2011-2013)	• <i>Size</i> • <i>Leverage</i> • Kepemilikan Publik • Profitabilitas	• Uji asumsi klasik • Uji analisis regresi berganda	• <i>Size</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan • <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR • Kepemilikan Publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR • Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
4.	Afrianto dan Suryono, 2016	Pengaruh Kinerja Keuangan pada Pengungkapan CSR (Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode	• Ukuran Perusahaan • Profitabilitas	• Uji asumsi klasik • Uji analisis regresi berganda	• Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial • Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap

“PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN LIKUIDITAS TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN PERIODE 2014-2016”
Author: METYA RUSDIANA NPK: A.2014.1.32811



		2012-2014)	• <i>Leverage</i> • UDK		pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan • <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR • UDK /ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
5.	Rofiqoh dan Priyadi, 2016	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2012-2014)	• Profitabilitas • <i>Leverage</i> • Ukuran Perusahaan	• Uji asumsi klasik • Uji analisis regresi berganda	• Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab perusahaan • <i>Leverage</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan. • Ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung

“PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN LIKUIDITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN PERIODE 2014-2016”
 Author: METYA RUSDIANA NPK: A.2014.1.32811



					jawab sosial
--	--	--	--	--	--------------

Peneliti menggabungkan jurnal yang satu dengan yang lain karena adanya hasil penelitian yang tidak konsisten yang satu dengan peneliti yang lain. Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan persamaan dan perbedaan antara penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu, yaitu:

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti terdahulu yang terletak pada:

- a. Menggunakan variabel penelitian yang sama yaitu profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas.
- b. Menggunakan metode analisis data yang sama yaitu uji regresi berganda.

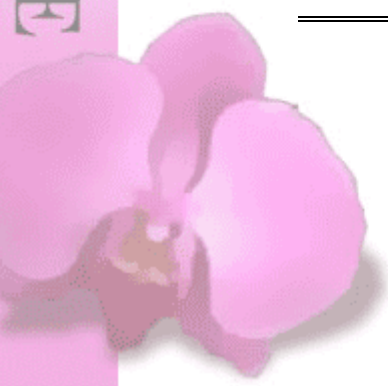
Perbedaan antara peneliti sekarang dan peneliti terdahulu terletak pada:

- a. Menggunakan objek penelitian perusahaan pertambangan, yang berbeda dengan penelitian sebelumnya (perusahaan manufaktur).
- b. Menggunakan data laporan keuangan yang lebih update dari penelitian sebelumnya.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Teori Legitimasi

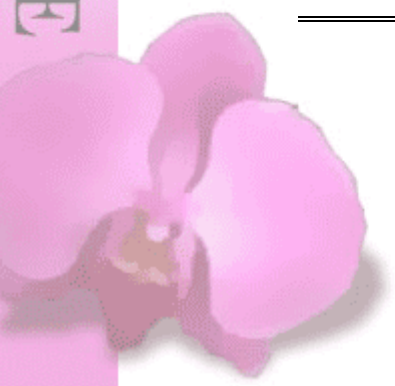
Teori legitimasi berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menjadi landasan bagi perusahaan untuk memperhatikan apa yang menjadi harapan masyarakat dan mampu menyelaraskan dengan norma sosial yang berlaku dimana perusahaan melangsungkan kegiatan bisnisnya. Menurut teori ini suatu perusahaan beroperasi dengan ijin masyarakat, dimana ijin dapat ditarik apabila masyarakat menilai jika perusahaan tidak melakukan hal-hal yang



diwajibkan kepadanya (Sari, 2013). Perusahaan dapat mengungkapkan informasi yang berhubungan dengan organisasi sosial, komunitas masyarakat, dan lingkungan yang diperlukan. Informasi tersebut dapat diungkapkan dalam *sustainability report* sebagai akuntabilitas terhadap publik yang bertujuan untuk mendapat legitimasi masyarakat dan menjelaskan bagaimana dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan.

Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya apabila masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri (Siregar, 2013). Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan keberlanjutan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab sosial, sehingga diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan pula.

Teori legitimasi merupakan suatu kondisi atau status yang ada ketika suatu sistem nilai perusahaan kongruen dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar dimana perusahaan merupakan bagiannya. Ketika suatu perbedaan yang nyata atau yang potensial ada antara kedua sistem nilai tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan (Lindblom, 1994). Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktifitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang baik dan tidak merugikan. Maka dari itu dalam teori



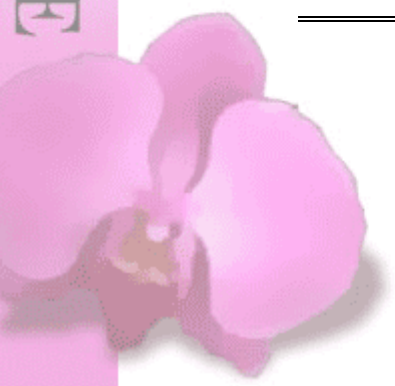
legitimasi ini, perusahaan menjadi bagian besar dari seluruh masyarakat dan terikat dalam sebuah sistem yang saling berkaitan.

Dalam perspektif sistem tersebut, perusahaan akan mempengaruhi dan disaat yang bersamaan juga dipengaruhi oleh lingkungannya. Ketika perusahaan beroperasi tidak sesuai dengan harapan masyarakat, maka perusahaan tidak akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat, dari perspektif sistem, akibatnya akan dirasakan kembali oleh perusahaan. Dalam perspektif keuangan, penurunan legitimasi dari masyarakat akan tercermin dalam biaya sosial yang tinggi atau penurunan pendapatan perusahaan atau penurunan laba secara keseluruhan.

2.2.2 Teori Stakeholder

Teori ini mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* kepada perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007).

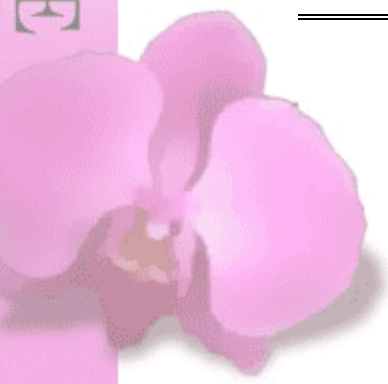
Perusahaan mampu tumbuh dan berkembang dengan baik kemudian menjadi besar di butuhkan dukungan dari para *stakeholdernya*. Para *stakeholder* membutuhkan berbagai informasi terkait dengan aktivitas perusahaan yang digunakan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, perusahaan akan berusaha untuk memberikan berbagai informasi yang dimiliki untuk menarik dan mencari dukungan dari para *stakeholdernya*.



2.2.3 Teori Sinyal

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan sebuah informasi. Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal pada *stakeholder*, sinyal ini berupa informasi kepada *stakeholder* mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada publik, dengan demikian publik diharapkan dapat membedakan mana perusahaan berkualitas baik dan perusahaan yang kurang berkualitas. Pencetus dari teori sinyal yaitu George Akerlof ditahun 1970 (Nuswandari, 2009).

Teori sinyal menyebutkan bahwa manajemen perusahaan yang bertindak sebagai agen memiliki dorongan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal sebagai mekanisme untuk mengurangi asimetri informasi guna mendapatkan respon pasar maka perusahaan memberikan sinyal berupa pengungkapan informasi yang menggambarkan perusahaan mampu menjadi tempat berinvestasi yang berpotensi bagi investor yang akan menanamkan modalnya. Agar investor dapat tertarik untuk menanamkan modal maka perusahaan harus memberikan sinyal, sinyal ini selain berupa informasi mengenai apa yang telah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan kepentingan *stakeholder* dapat juga berupa promosi atau informasi lain seperti laba atau rugi yang dialami perusahaan, beban atau biaya yang dikeluarkan perusahaan, atau data-data keuangan lainnya sebagai pendorong atau nilai tambah tersendiri bagi perusahaan itu dengan kata lain perusahaan yang melaporkan luas pengungkapan dalam laporan tahunan

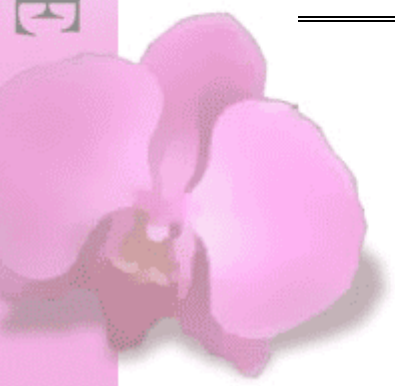


dapat digunakan sebagai alat pemacu untuk mendapatkan respon yang lebih dari pihak eksternal.

Informasi pengungkapan tanggung jawab perusahaan yang dikeluarkan perusahaan ini dapat meningkatkan ekspektasi para investor terhadap perusahaan dan diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan di mata publik karena perusahaan dianggap memberikan prospek masa depan yang menjanjikan sehingga berimbas terhadap harga saham yang semakin tinggi. Teori sinyal berhubungan dengan pengungkapan tanggung jawab perusahaan karena dapat digunakan sebagai nilai tambah dan dapat digunakan sebagai media penyampaian sinyal-sinyal positif yang ditunjukkan pada *stakeholder* mengenai kondisi perusahaan. Teori ini dapat menjelaskan hubungan profitabilitas, *leverage*, likuiditas dengan pengungkapan tanggung jawab perusahaan.

2.2.4 Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai “*social disclosure, corporate social reporting, social accounting* (Mathews, 1995) atau *corporate social responbility* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan). Di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, dan khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Sembiring 2005).



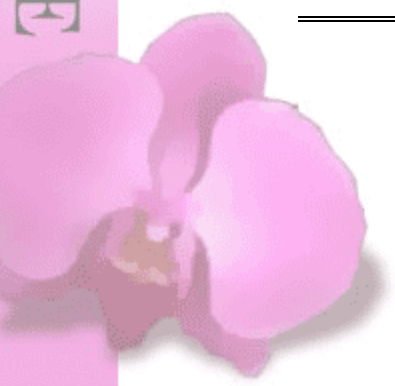
Kamus akuntansi memberikan definisi tanggung jawab sosial adalah “suatu disiplin yang memberikan informasi yang penting bagi pelaksanaan dan evaluasi yang efisien dan aktifitas-aktifitas organisasi (AICPA)”. Sedangkan menurut Schermerhorn (1998), menyebutkan bahwa “tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu kewajiban dari organisasi untuk bertindak dengan cara-cara tertentu sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan pihak luar”. Intinya tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban organisasi bisnis atau perusahaan untuk mengambil bagian dalam kegiatan yang bertujuan melindungi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan dan juga membangun reputasi dan citra baik perusahaan.

Tujuan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menurut Gray, Owen, dan Maunders (1988) adalah:

1. Untuk meningkatkan image perusahaan.
2. Untuk meningkatkan akuntabilitas suatu organisasi, dengan asumsi bahwa terdapat kontrak sosial antara organisasi dengan masyarakat.
3. Untuk memberikan informasi kepada investor.

Komitmen perusahaan dalam melaksanakan, menyajikan dan mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan memberi manfaat bagi perusahaan. Manfaat yang diperoleh perusahaan adalah:

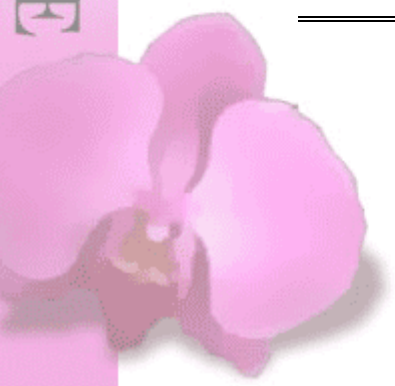
1. Profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan akan semakin kokoh.
2. Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen.
3. Meningkatnya komitmen etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan.



4. Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi komunitas sekitar karena merasa diperhatikan dan dihargai perusahaan.
5. Meningkatnya reputasi, *corporate branding*, *goodwill* (intangible asset) dan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Lako, 2011).

Beberapa alasan perusahaan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan menurut (Purwanto, 2011) diantaranya adalah :

1. Keinginan untuk memenuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi. Atas dasar alasan ini, praktik pengungkapan sosial memberikan keuntungan bisnis karena perusahaan melakukan “hal yang benar” dan alasan ini mungkin dipandang sebagai motivasi utama.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas atau pertanggung jawaban untuk melaporkan. Artinya, manajer berkeyakinan bahwa orang memiliki hak yang tidak dapat dihindari untuk memperoleh informasi yang memuaskan dan manajer tidak peduli dengan *cost* yang diperlukan untuk menyajikan informasi tersebut.
4. Keinginan untuk memenuhi persyaratan pinjaman. Lembaga pemberi pinjaman, sebagai bagian dari kebijakan manajemen risiko mereka, cenderung menghendaki peminjam untuk secara priodik memberikan berbagai item informasi tentang kinerja dan kebijakan sosial lingkungannya.
5. Untuk memenuhi atau menyesuaikan dengan ekspektasi masyarakat.
6. Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
7. Untuk *manage* kelompok *stakeholders* tertentu yang *powerful*.
8. Untuk menarik dana investasi.



9. Untuk mematuhi persyaratan industri tertentu. Sehingga terdapat tekanan tertentu untuk mematuhi aturan tersebut yang selanjutnya dapat mempengaruhi persyaratan pelaporan.
10. Untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu.

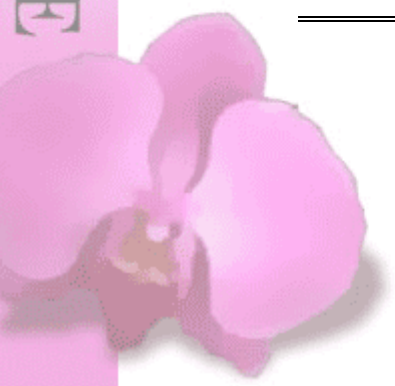
Pengungkapan tanggung jawab sosial terbagi kedalam tujuh kategori (Sembiring, 2005), yaitu:

1. Lingkungan

Kategori ini meliputi aspek lingkungan dari proses pengendalian polusi kegiatan operasi pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi, pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi, pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, serta mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan, perlindungan lingkungan hidup.

2. Energi

Kategori ini mencakup aktivitas perusahaan menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi, memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi, penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang, membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi, peningkatan efisiensi energi dari produk, riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk, kebijakan energi perusahaan.



3. Kesehatan dan keselamatan kerja

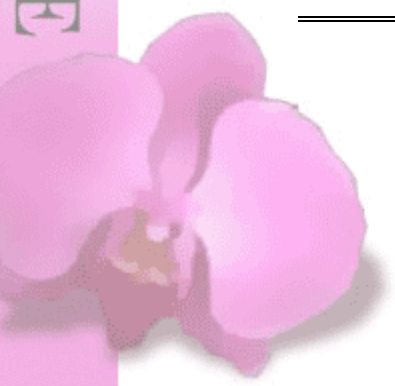
Kategori ini mencakup aktivitas perusahaan dalam mengurangi polusi, iritasi, atau *risk* dalam lingkungan kerja, mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental, statistik kecelakaan kerja, mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja, menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja, menetapkan suatu komite keselamatan kerja, melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja pelayanan kesehatan tenaga kerja.

4. Tenaga kerja

Kategori ini meliputi aktivitas perusahaan terhadap perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja. Aktivitas tersebut meliputi rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tunjangan, serta pengungkapan aktivitas ketenaga kerjaan lainnya.

5. Produk

Kategori ini mencakup aktivitas perusahaan dalam pengembangan produk perusahaan termasuk pengemasannya, gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk, informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk, produk memenuhi standar keselamatan, membuat produk lebih aman untuk konsumen, melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan, peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk, informasi atas keselamatan produk perusahaan, informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan, informasi dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (ISO 9000).



6. Keterlibatan masyarakat

Kategori ini mencakup aktivitas kemasyarakatan oleh perusahaan terkait dalam sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni, tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/pelajar, sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat, membantu riset medis, sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni, membiayai program beasiswa, membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat, sponsor kampanye nasional, mendukung pengembangan industri lokal.

7. Umum

Tema ini meliputi pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan diatas.

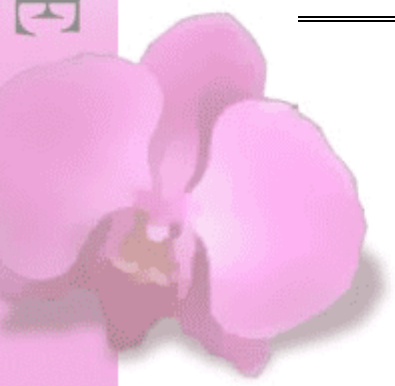
Pengungkapan CSR berdasarkan Indikator GRI

GRI (*Global Reporting Initiative*) merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia.

Tabel 2.2 91 Indikator Berdasarkan GRI-G4

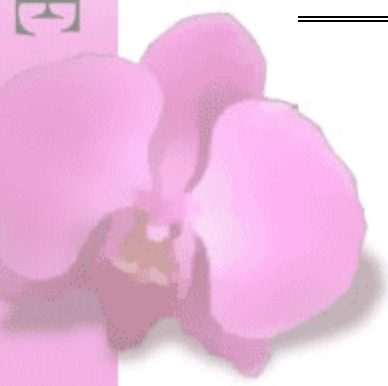
KATEGORI EKONOMI		
-Kinerja Ekonomi	EC 1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
	EC 2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
	EC 3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan

“PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN LIKUIDITAS TERHADAP
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN PERIODE 2014-2016”
Author: METYA RUSDIANA NPK: A.2014.1.32811



		pasti
	EC 4	Bantuan financial yang diterima dari pemerintah
-Keberadaan Pasar	EC 5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC 6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat local di lokasi operasi yang signifikan
-Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC 7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC 8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
-Praktek Pengadaan	EC 9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
-Bahan	EN 1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN 2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
-Energi	EN 3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN 4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN 5	Intensitas Energi
	EN 6	Pengurangan konsumsi energi
-Air	EN 7	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN 8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN 9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN 10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
-Keanekaragaman Hayati	EN 11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN 12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN 13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN 14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
-Emisi	EN 15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)
	EN 16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)

“PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN LIKUIDITAS TERHADAP
 PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
 PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN PERIODE 2014-2016”
 Author: METYA RUSDIANA NPK: A.2014.1.32811

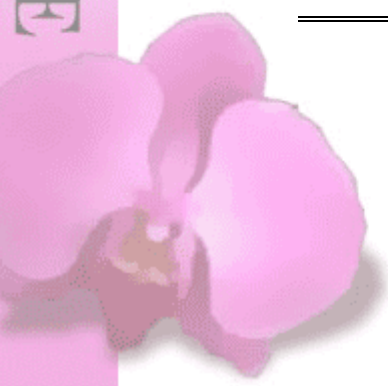


	EN 17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
	EN 18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN 19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN 20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN 21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya
-Efluen dan Limbah	EN 22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN 23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN 24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
	EN 25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN 26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
-Produk dan Jasa	EN 27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
	EN 28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasikan menurut kategori
-Kepatuhan	EN 29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
-Transportasi	EN 30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
-Lain-lain	EN 31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
-Asesmen Pemasok Atas Lingkungan	EN 32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN 33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
-Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN 34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI SOSIAL		
SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
-Kepegawaian	LA 1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan

“PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN LIKUIDITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN PERIODE 2014-2016”
 Author: METYA RUSDIANA NPK: A.2014.1.32811

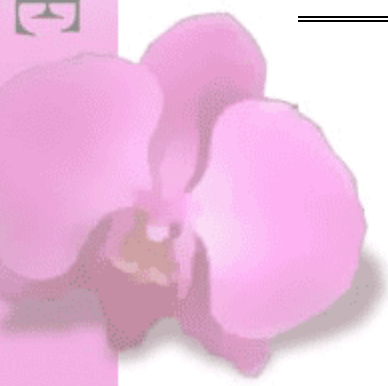
		turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
	LA 2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA 3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
-Hubungan Industrial	LA 4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
-Kesehatan dan Keselamatan Kerja VV	LA 5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA 6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA 7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA 8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
-Pelatihan dan Pendidikan	LA 9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
	LA 10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberkelanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA 11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
-Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA 12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
-Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA 13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
-Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA 14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA 15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
	LA 16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan

“PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN LIKUIDITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN PERIODE 2014-2016”
 Author: METYA RUSDIANA NPK: A.2014.1.32811

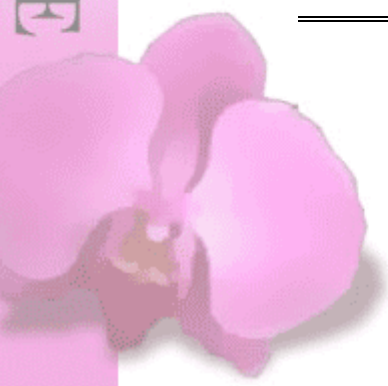


		yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
-Investasi	HR 1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR 2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan Aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
-Non-Diskriminasi	HR 3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
-Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR 4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
-Pekerja Anak	HR 5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
-Pekerja Paksa Atau Wajib Kerja	HR 6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
-Praktik Pengamanan	HR 7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
-Hak Adat	HR 8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
-Asesmen	HR 9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia
-Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia	HR 10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR 11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
-Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR 12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		

“PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN LIKUIDITAS TERHADAP
 PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
 PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN PERIODE 2014-2016”
 Author: METYA RUSDIANA NPK: A.2014.1.32811



-Masyarakat Lokal	SO 1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO 2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
-Anti-Korupsi	SO 3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
	SO 4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	SO 5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
-Kebijakan Publik	SO 6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
-Anti Persaingan	SO 7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
-Kepatuhan	SO 8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
-Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO 9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO 10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
-Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO 11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK		
-Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR 1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR 2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
-Pelabelan Produk dan Jasa	PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
	PR 4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
	PR 5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan



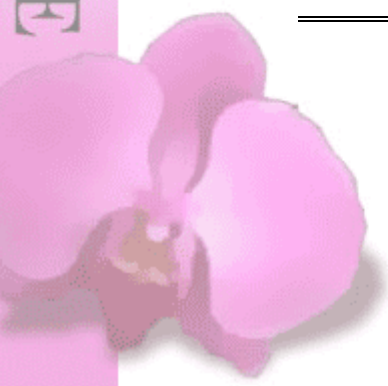
-Komunikasi Pemasaran	PR 6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR 7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil
-Privasi Pelanggan	PR 8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
-Kepatuhan	PR 9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber: www.globalreporting.org.

2.2.5 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan ukuran tingkat keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelola sumber daya keuangan. Suatu kinerja keuangan perusahaan dapat diartikan pula sebagai prospek, pertumbuhan dan potensi perkembangan yang dapat dibandingkan dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama”. Menurut definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan kinerja keuangan adalah pencapaian prestasi perusahaan pada suatu periode yang mencerminkan kondisi keuangan suatu perusahaan berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang ditetapkan.

Menurut Sucipto (2003) pengertian kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan laba. Maka dapat ditarik simpulan bahwa kinerja keuangan adalah usaha formal yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat melihat prospek, pertumbuhan, dan potensi perkembangan baik perusahaan dengan mengandalkan sumber daya yang ada.



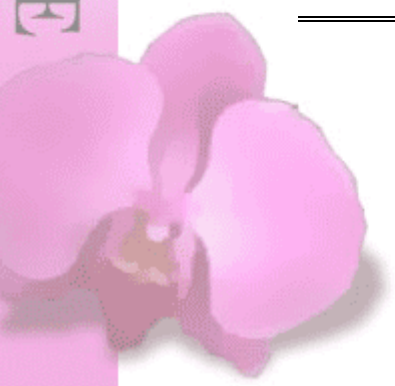
Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila telah mencapai standar dan tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Munawir (2010), pengukuran kinerja keuangan perusahaan mempunyai beberapa tujuan diantaranya:

1. Untuk mengetahui tingkat likuiditas, yaitu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi pada saat ditagih.
2. Untuk mengetahui tingkat solvabilitas, yaitu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut likuidasi.
3. Untuk mengetahui tingkat profitabilitas dan rentabilitas, yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu yang dibandingkan dengan penggunaan asset atau ekuitas secara produktif.
4. Untuk mengetahui tingkat aktivitas usaha, yaitu kemampuan perusahaan dalam menjalankan usahanya agar tetap stabil, yang diukur dari kemampuan perusahaan dalam membayar pokok utang dan beban bunga tepat waktu, serta pembayaran dividen secara teratur kepada para pemegang saham tanpa mengalami kesulitan atau krisis keuangan.

2.2.5.1 Profitabilitas

Profitabilitas digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan. Setiap perusahaan mengharapkan mendapat profit yang maksimal. Profit merupakan alat ukur utama kesuksesan perusahaan. Menurut (Handono, 2009) “Profitabilitas digunakan untuk mengukur kesanggupan perusahaan untuk menghasilkan laba”. Sedangkan menurut (Sutrisno, 2009) “Profitabilitas adalah kemampuan



perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja di dalamnya”. Profitabilitas menurut (Sofyan, 2009) yaitu menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang perusahaan, dan lain sebagainya.

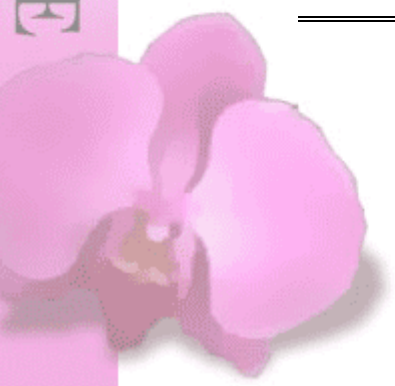
Jenis rasio profitabilitas terdiri dari:

1. *Gross Profit Margin*

Gross profit margin mencerminkan *mark-up* terhadap harga pokok penjualan dan kemampuan manajemen untuk meminimalisasi harga pokok penjualan dalam hubungannya dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Profitabilitas dalam ukuran *gross profit margin* yang dimaksud adalah rasio penjualan setelah dikurangi harga pokok penjualan (*cost of goods sold*) dengan nilai penjualan bersih perusahaan (Abdullah, 2005). Rasio ini memberitahu kita laba dari perusahaan yang berhubungan dengan penjualan, setelah kita mengurangi biaya untuk memproduksi barang yang dijual. Rasio tersebut merupakan pengukur efisiensi operasi perusahaan, serta merupakan indikasi dari cara produk ditetapkan harganya. Dengan kata lain rasio ini menunjukkan laba bruto per rupiah dari penjualan yang dilakukan.

2. *Net Profit Margin*

Net profit margin merupakan rasio perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan (Warsosno, 2003). Besarnya perhitungan margin laba bersih menunjukkan seberapa besar laba setelah pajak yang diperoleh perusahaan untuk tingkat penjualan tertentu. Rasio ini



menunjukkan keuntungan bersih per rupiah penjualan. Semakin besar rasio ini semakin baik karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi.

3. *Operating Ratio*

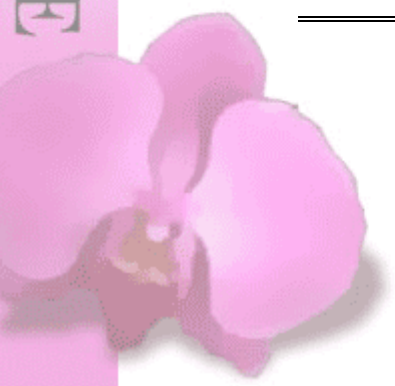
Operating ratio menunjukkan berapa biaya yang dikorbankan dalam penjualan atau berapa persentase biaya yang dikeluarkan dalam penjualan. *Operating ratio* mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan sehingga rasio yang tinggi menunjukkan keadaan yang kurang baik karena berarti bahwa setiap rupiah penjualan yang terserap dalam biaya juga tinggi, dan yang tersedia untuk laba kecil.

4. ROI (*Return on Investment*)

ROI (*Return on Investment*) mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengatur aktiva-aktivasnya seoptimal mungkin sehingga dicapai laba bersih yang diinginkan. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dengan jumlah aktiva yang digunakan dalam operasi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Rasio ini menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil/rendah rasio ini semakin tidak baik, demikian juga sebaliknya.

5. ROE (*Return on Equity*)

ROE (*Return on Equity*) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan modal sendiri dan menghasilkan laba bersih yang tersedia bagi pemilik

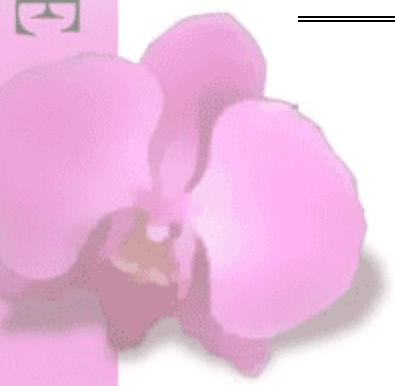


atau investor. ROE sangat bergantung pada besar kecilnya perusahaan, misalnya untuk perusahaan kecil tentu memiliki modal yang *relative* kecil, sehingga ROE yang dihasilkan pun kecil, begitu pula sebaliknya untuk perusahaan besar.

ROE (*Return on Equity*) membandingkan laba bersih setelah pajak dengan ekuitas yang telah diinvestasikan pemegang saham perusahaan (Van Horne dan Wachowicz, 2005). Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas investasi berdasarkan nilai buku para pemegang saham, dan sering kali digunakan dalam membandingkan dua atau lebih perusahaan atas peluang investasi yang baik dan manajemen biaya yang efektif.

ROE (*Return on Equity*) merupakan seberapa banyak perusahaan telah memperoleh hasil atas dana yang telah diinvestasikan oleh pemegang saham baik secara langsung atau dengan laba yang telah ditahan (Tandelilin, 2002). ROE sangat menarik bagi pemegang saham maupun calon pemegang saham, dan juga bagi manajemen *current rasio* tersebut merupakan ukuran atau indikator penting dari *shareholders value cration*, artinya semakin tinggi rasio ROE, semakin tinggi pula nilai perusahaan, hal ini tentunya merupakan daya tarik bagi investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan tersebut.

ROE (*Return on Equity*) mengukur daya perusahaan untuk menghasilkan laba pada investasi nilai buku pemegang saham pengembalian laba atas ekuitas yang terdiri dari saham biasa (*Return on Common Equity*) merupakan alat ukur terhadap pengembalian laba

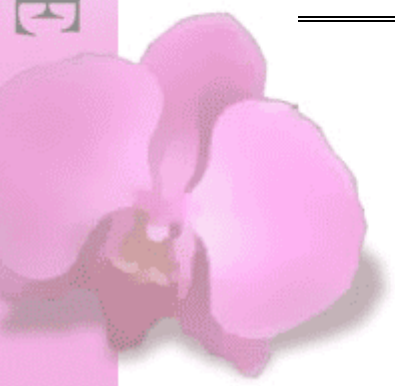


kepada pemegang saham biasa Brigham, Enrhardt (2005). Rasio ini menggambarkan berapa persen diperoleh laba bersih bila diukur dari modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini semakin baik karena berarti posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian juga sebaliknya.

6. ROA (*Return on Total Assets*)

ROA (*Return on Total Assets*) merupakan rasio antara saldo laba bersih setelah pajak dengan jumlah asset perusahaan secara keseluruhan. ROA juga menggambarkan sejauh mana tingkat pengembalian dari seluruh asset yang dimiliki perusahaan. ROA menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan (Syahyunan, 2004). Besarnya perhitungan pengembalian atas aktiva menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tersedia bagi para pemegang saham biasa dengan seluruh aktiva yang dimilikinya.

Menurut Tandelilin (2003), ROA menggambarkan sejauh mana kemampuan asset-asset yang dimiliki perusahaan untuk dapat menghasilkan laba, Rasio ROA diperoleh dengan membagi laba sebelum bunga dan pajak dengan jumlah asset perusahaan. Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bagi semua investor. Hasil perhitungan rasio ini menunjukkan efektivitas dari manajemen dalam menghasilkan profit yang berkaitan dengan ketersediaan asset perusahaan.



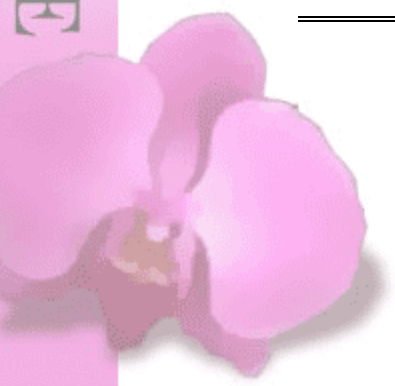
7. *Earning Per Share (EPS)*

Dalam lingkaran keuangan alat ukur yang paling sering digunakan adalah *Earning Per Share (EPS)*. Angka yang ditunjukkan dari EPS inilah yang sering dipublikasikan mengenai *performance* perusahaan yang menjual sahamnya kepada masyarakat luas (*go public*), karena investor maupun calon investor berpandangan bahwa EPS mengandung informasi yang penting untuk memprediksi mengenai besarnya deviden per saham dikemudian hari dan tingkat pengembalian saham dikemudian hari, serta EPS juga relevan untuk menilai efektivitas manajemen dan kebijakan pembagian deviden. Informasi EPS suatu perusahaan menunjukkan besarnya laba bersih perusahaan yang siap dibagikan bagi semua pemegang saham perusahaan (Tandelilin, 2001).

Berdasarkan PSAK No 56 mengharuskan perusahaan untuk menghitung EPS dilusian, karena saham biasa memiliki efek dilusi artinya perusahaan mempertimbangkan semua efek berpotensi saham biasa yang beredar dalam suatu periode, seperti efek utang (*debt securites*), waran atau opsi saham, kebijakan kepegawaian, dan saham-saham yang akan diterbitkan saat terpenuhinya kondisi- kondisi tertentu, seperti kontrak pembelian aktiva.

2.2.5.2 *Leverage*

Beberapa perusahaan membutuhkan dana untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaannya, sumber dana tersebut dapat berupa pinjaman dari kreditur maupun dari penjualan saham ke publik. Sumber dana yang diperoleh dari kreditur menimbulkan kewajiban perusahaan untuk melunasi pinjaman dan



bunga kepada kreditur. Menurut (Sutrisno 2009) *leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya apabila perusahaan dilikuidasi. Dapat disimpulkan bahwa *leverage* menggambarkan seberapa jauh dana perusahaan yang dibiayai oleh hutang dan seberapa jauh perusahaan dapat melunasi hutangnya.

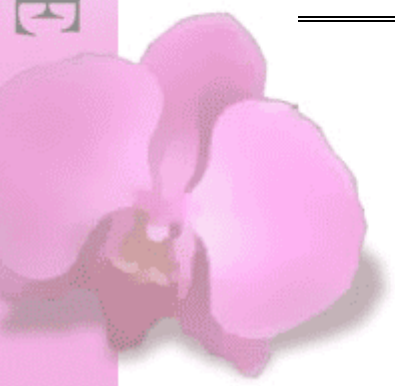
Rasio *leverage* mempunyai beberapa implikasi (Husnan, 1995), yaitu:

1. Para pemberi kredit akan melihat kepada modal sendiri, yang merupakan dana yang *disupply* oleh pemilik perusahaan, untuk melihat batas keamanan pemberian kredit.
2. Dengan menggunakan hutang pemilik mendapatkan manfaat dana tanpa harus kehilangan kendali atas perusahaan.
3. Apabila perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari pada beban bunga atas proporsi dana yang dibelanjai dengan pinjaman, maka keuntungan bagi pemilik modal sendiri makin besar.

Jenis-jenis rasio *leverage* terdiri dari:

1. Total Hutang dengan Total Aktiva

Rasio total hutang dengan total aktiva umumnya disebut sebagai rasio hutang (*debt ratio*), mengukur persentase penggunaan dana yang berasal dari kreditor. Para kreditor lebih menyenangi rasio hutang yang rendah, karena semakin rendah rasio hutang semakin besar pula perlindungan yang diperoleh para kreditor dalam keadaan likuidasi. Sebaliknya pemilik perusahaan mungkin lebih menyukai rasio yang tinggi dengan pertimbangan (1) memperbesar tingkat keuntungan atau (2) karena mengeluarkan saham baru berarti mengurangi kendali perusahaan. Apabila



rasio hutang menjadi terlalu tinggi, maka bisa timbul kemungkinan bahwa para pemilik perusahaan akan terlalu berani berspekulasi karena bagian modal milik sendiri yang terlibat dalam usaha tersebut adalah sangat terbatas.

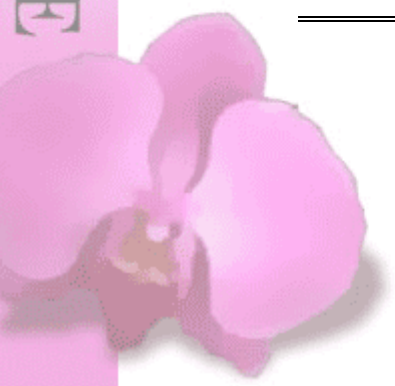
Dengan demikian seandainya terjadi kerugian, atau bahkan sampai kebangkrutan, maka sebagian kerugian tersebut ditanggung pemberi modal pinjaman, dalam artian mereka mungkin tidak bisa mendapatkan haknya menanggung kerugian yang kecil karena investasi mereka yang kecil pula. Semakin tinggi rasio ini maka semakin besar risiko yang dihadapi, dan investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi. Rasio yang tinggi juga menunjukkan proporsi modal sendiri yang rendah untuk membiayai aktiva.

2. *Times Interest Earned*

Rasio *time interest earned* dihitung dengan membagi laba sebelum bunga dan pajak dengan beban bunga. Rasio ini mengukur seberapa jauh laba bisa berkurang tanpa menyulitkan perusahaan karena perusahaan tidak mampu membayar beban bunga tahunan. Ketidakmampuan ini bisa membawa kesulitan keuangan yang serius, karena secara hukum pemberi pinjaman bisa mempertimbangkan kemungkinan kebangkrutan bagi perusahaan.

3. *Fixed Charge Coverage*

Rasio ini mirip dengan rasio *times interest earned* tetapi lebih lengkap, karena mempertimbangkan sewa peralatan (*lease of assets*) yang merupakan kontrak jangka panjang. Yang dimaksud dengan sewa (*lease*) di sini adalah apabila perusahaan menggunakan suatu aktiva dengan tidak



membelinya, tetapi sekedar menyewanya. Misalnya perusahaan menyewa suatu komputer untuk keperluan administrasinya. Di sini berarti perusahaan mempunyai kewajiban finansial yang tetap, yaitu membayar sewa selama periode kontraknya.

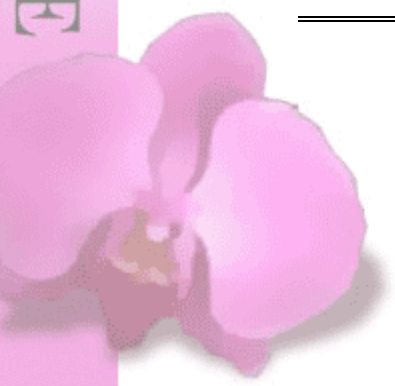
4. *Debt Service Coverage*

Rasio ini mencoba menghitung kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya, dengan memasukkan unsur pembayaran (angsuran) pokok pinjaman. Jadi yang dimaksudkan dengan beban tetap di sini adalah bunga pembayaran angsuran pokok pinjaman dan pembayaran sewa.

2.2.5.3 *Likuiditas*

Likuiditas digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban-kewajibannya yang segera harus dipenuhi. Tingkat likuiditas dapat dipandang dari dua sisi. Di satu sisi, tingkat likuiditas yang tinggi akan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan. Perusahaan semacam ini cenderung untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas kepada pihak luar karena ingin menunjukkan bahwa perusahaan tersebut kredibel (Cooke, 1989 dalam Binsar dan Lusy, 2004). Tetapi di pihak lain, likuiditas dapat dipandang sebagai ukuran kinerja manajemen dalam mengelola keuangan perusahaan.

Di sisi ini, perusahaan dengan likuiditas rendah cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi kepada pihak eksternal sebagai upaya untuk menjelaskan lemahnya kinerja manajemen (Wallace *et al*, 1994 dalam Binsar dan Lusy, 2004). Sedangkan menurut (Munawir 2001) “likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang



harus segera dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan saat ditagih”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya yang segera harus dipenuhi.

Fungsi Likuiditas

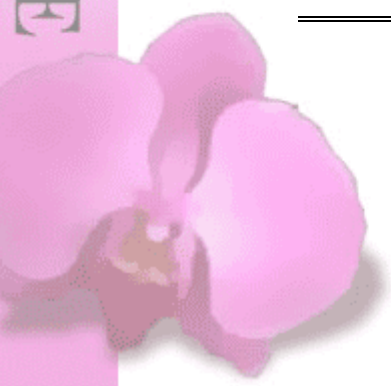
Likuiditas memiliki setidaknya empat fungsi utama bagi perusahaan yaitu :

1. Sebagai media untuk menjalankan aktivitas bisnis sehari-hari.
2. Sebagai antisipator dana – dana yang dibutuhkan secara tiba-tiba atau pun mendesak.
3. Sebagai pemuas nasabah (khusus lembaga keuangan) yang ingin melakukan pinjaman ataupun penarikan dana.
4. Sebagai poin penentu tingkat fleksibilitas perusahaan dalam mendapatkan persetujuan investasi ataupun usaha yang menguntungkan.

Jenis-Jenis Rasio Likuiditas:

1. *Current Ratio* (Rasio Lancar)

Current ratio merupakan perbandingan antara aktiva lancar dan kewajiban lancar dan merupakan ukuran yang paling umum digunakan untuk mengetahui kesanggupan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya. *Current Ratio* menunjukkan sejauh mana aktiva lancar menutupi kewajiban-kewajiban lancar. Semakin besar perbandingan aktiva lancar dan kewajiban lancar semakin tinggi kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya.

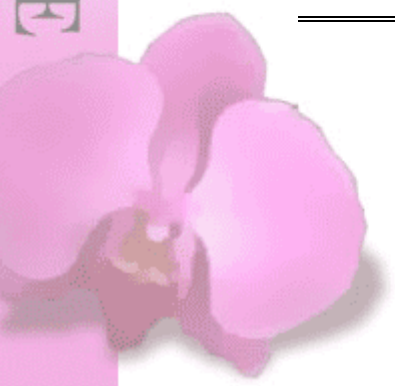


Current Ratio yang rendah biasanya dianggap menunjukkan terjadinya masalah dalam likuidasi, sebaliknya *current ratio* yang terlalu tinggi juga kurang bagus, karena menunjukkan banyaknya dana menganggur yang pada akhirnya dapat mengurangi kemampulabaan perusahaan (Sawir, 2009). Apabila mengukur tingkat likuiditas dengan menggunakan *current ratio* sebagai alat pengukurnya, maka tingkat likuiditas atau *current ratio* suatu perusahaan dapat dipertinggi dengan cara (Riyanto, 2001):

1. Dengan utang lancar tertentu, diusahakan untuk menambah aktiva lancar.
2. Dengan aktiva lancar tertentu, diusahakan untuk mengurangi jumlah utang lancar.
3. Dengan mengurangi jumlah utang lancar sama-sama dengan mengurangi aktiva lancar.

2. *Quick Ratio* (Rasio Cepat)

Rasio ini disebut juga acid test rasio yang juga digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Penghitungan *quick ratio* dengan mengurangi aktiva lancar dengan persediaan. Hal ini dikarenakan persediaan merupakan unsur aktiva lancar yang likuiditasnya rendah dan sering mengalami fluktuasi harga serta menimbulkan kerugian jika terjadi likuiditas. Jadi rasio ini merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan aktiva lancar yang paling likuid mampu menutupi hutang lancer (Sawir, 2009:10) mengatakan bahwa *quick ratio* umumnya dianggap baik adalah semakin besar rasio ini maka semakin baik kondisi perusahaan.



3. *Cash Ratio* (Rasio Kas)

Rasio ini merupakan rasio yang menunjukkan posisi kas yang dapat menutupi hutang lancar dengan kata lain *cash ratio* merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan kas yang dimiliki dalam manajemen kewajiban lancar tahun yang bersangkutan.

2.2.6 *Pertambangan*

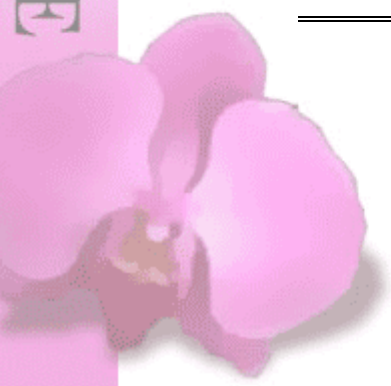
Pertambangan adalah sebagian atau seluruh tahapan kegiatan dalam rangka penelitian, pengelolaan dan pengusahaan mineral atau batu bara yang meliputi penyelidikan umum, eksplorasi, studi kelayakan, konstruksi, penambangan, pengolahan dan pemurnian, pengangkutan dan penjualan, serta kegiatan pasca tambang. Menurut Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009, Usaha pertambangan dikelompokkan atas pertambangan mineral, dan pertambangan batu bara. Pertambangan mineral digolongkan atas:

1. Pertambangan mineral radioaktif
2. Pertambangan mineral logam
3. Pertambangan mineral bukan logam dan
4. Pertambangan batuan.

Ada banyak macam kegiatan yang ada di perusahaan pertambangan. Berikut ini adalah kegiatan-kegiatan yang ada di perusahaan pertambangan:

1. Penyelidikan Umum (Prospeksi)

Prospeksi merupakan kegiatan penyelidikan, pencarian, atau penemuan endapan-endapan mineral berharga. Atau dengan kata lain kegiatan ini bertujuan untuk menemukan keberadaan atau indikasi adanya bahan



galian yang akan dapat atau memberikan harapan untuk diselidiki lebih lanjut.

2. Eksplorasi

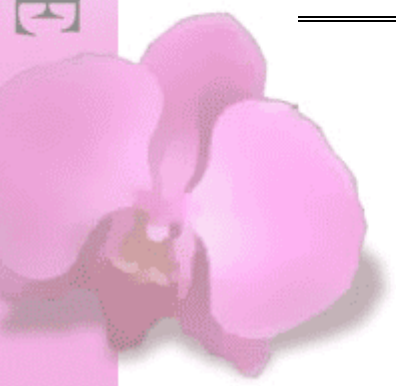
Eksplorasi merupakan kegiatan yang dilakukan setelah prospeksi atau setelah endapan suatu bahan galian ditemukan yang bertujuan untuk mendapatkan kepastian tentang endapan bahan galian yang meliputi bentuk, ukuran, letak kedudukan, kualitas (kadar) endapan bahan galian serta karakteristik fisik dari endapan bahan galian tersebut.

3. Perencanaan Tambang

Perencanaan tambang akan dilakukan apabila sudah ditemukan adanya cadangan bahan galian yang sudah layak untuk ditambang, dengan tingkat cadangan terukur. Perencanaan tambang dilakukan untuk merencanakan secara teknis, ekonomi dan lingkungan kegiatan penambangan, agar dalam pelaksanaan kegiatannya dapat dapat dilakukan dengan baik, aman terhadap lingkungan.

4. Persiapan atau Konstruksi

Persiapan/konstruksi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mempersiapkan fasilitas penambangan sebelum operasi penambangan dilakukan. Pekerjaan tersebut seperti pembuatan akses jalan tambang, pelabuhan, perkantoran, bengkel, mes karyawan, fasilitas komunikasi dan pembangkit listrik untuk keperluan kegiatan penambangan, serta fasilitas pengolahan bahan galian.



5. Penambangan

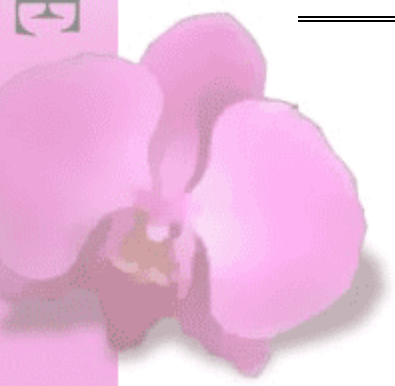
Penambangan bahan galian dibagi atas tiga bagian yaitu tambang terbuka, tambang bawah tanah dan tambang bawah air. Tambang terbuka dikelompokkan atas *quarry strip mine*, *open cut*, tambang *alluvial*, dan tambang semprot. Tambang bawah tanah dikelompokkan atas *room and pillar*, *longwall*, *caving*, *open stope*, *supported stope*, dan *shrinkage*. Sistem penambangan dengan menggunakan kapal keruk dapat dikelompokkan menjadi tambang bawah air, walaupun relatif dangkal.

6. Pengolahan

Bahan galian yang sudah selesai ditambang pada umumnya harus diolah terlebih dahulu di tempat pengolahan. Hal ini disebabkan antar lain oleh tercampurnya pengotor bersama bahan galian, perlu spesifikasi tertentu untuk dipasarkan serta kalau tidak diolah maka harga jualnya relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan yang sudah diolah, dan bahan galian perlu diolah agar dapat mengurangi volume dan ongkos angkut, meningkatkan nilai tambah bahan galian, dan untuk mereduksi senyawa-senyawa kimia yang tidak dikehendaki pabrik peleburan.

7. Pemasaran

Jika bahan galian sudah selesai diolah maka dipasarkan ke tempat konsumen. Antara perusahaan pertambangan dan konsumen terjalin ikatan jual beli kontrak jangka panjang, dan spot ataupun penjualan sesaat. Pasar kontrak jangka panjang yaitu pasar yang penjualan produknya dengan kontrak jangka panjang misalnya lebih dari satu tahun. Sedangkan



penjualan spot, yaitu penjualan sesaat atau satu atau dua kali pengiriman atau order saja.

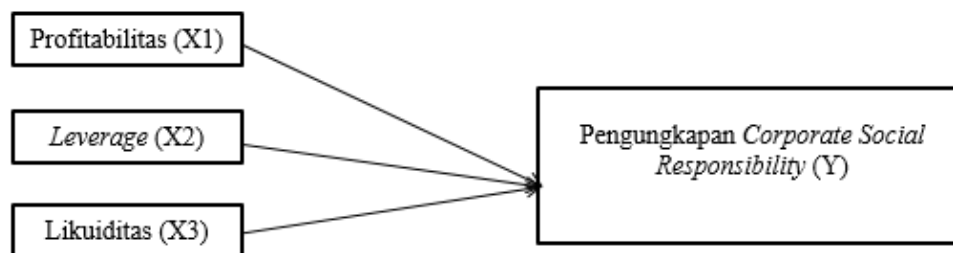
8. Reklamasi

Reklamasi merupakan kegiatan untuk merehabilitasi kembali lingkungan yang telah rusak baik itu akibat penambangan atau kegiatan yang lainnya. Reklamasi ini dilakukan dengan cara penanaman kembali atau penghijauan suatu kawasan yang rusak akibat kegiatan penambangan tersebut.

2.3 Kerangka Hipotesis

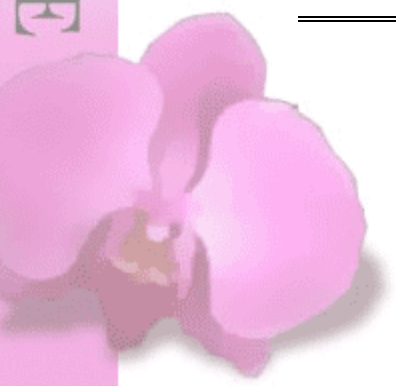
Di dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan adalah variabel dependen dan juga variabel independen. Variabel dependen didalam penelitian ini adalah CSR yang merupakan variabel (Y). Sedangkan untuk variabel independen dalam penelitian ini adalah Profitabilitas (X1), *Leverage* (X2), Likuiditas (X3), maka dapat disimpulkan dalam gambar di bawah ini:

Gambar 2.1 Variabel Yang Digunakan



2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah penjelasan sementara yang harus diuji kebenarannya mengenai masalah yang dipelajari, dimana suatu hipotesis selalu dirumuskan dalam bentuk

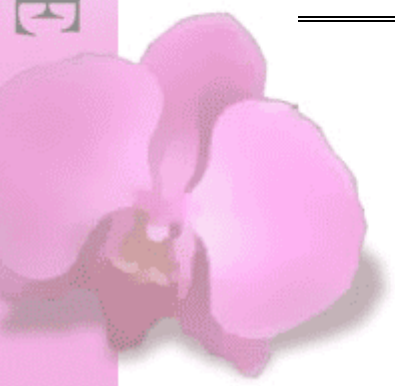


pernyataan yang menghubungkan dua variabel atau lebih. Perumusan hipotesis dapat dikembangkan berdasarkan hubungan pengaruhnya antara Profitabilitas, *Leverage*, dan Likuiditas terhadap pengungkapan CSR. Maka dapat ditarik kesimpulan, hipotesis di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

2.4.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan “Corporate Social Responsibility”

Menurut Dibiyantoro (2011) pengungkapan informasi dalam laporan keuangan kepada para investor untuk membantu mendukung keberlanjutan kompensasi manajemen. Salah satu informasi yang sering disampaikan dalam laporan keuangan terkait kinerja keuangan. Rasio profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari penggunaan asset yang dimiliki. Rasio profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja keuangan yang baik, dimana dengan laba yang tinggi perusahaan akan memiliki cukup dana untuk melakukan kegiatan salah satunya terkait tanggung jawab sosial atau CSR. Perusahaan dengan profit yang tinggi akan berusaha menyajikan pengungkapan yang lebih komprehensif dalam laporan keuangannya, salah satunya terkait pengungkapan CSR, karena hal tersebut dapat menjadi sinyal yang baik bagi para investor. Berdasarkan kerangka berfikir diatas maka ditarik hipotesis 1:

H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*



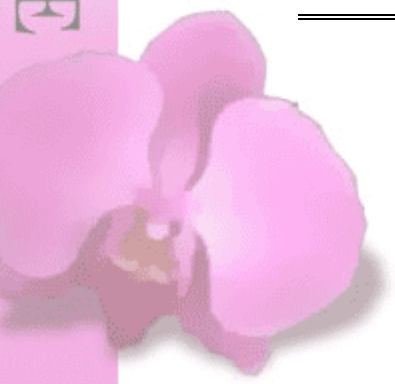
2.4.2 Pengaruh “Leverage” Terhadap Pengungkapan “Corporate Social Responsibility”

Menurut Sartono (2008) rasio *leverage* yaitu penggunaan sumber daya yang memiliki beban tetap dengan harapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham. Rasio *leverage* menunjukkan komposisi pembiayaan asset perusahaan yang berasal dari hutang dan modal. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah, akan memiliki cukup dana untuk membiayai kegiatan diluar operasional perusahaan, salah satunya kegiatan CSR. Semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR menunjukkan tingginya motivasi manajer untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan dan keleluasaan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini disebabkan manajer ingin meyakinkan investor akan kinerja keuangan perusahaan yang baik. Berdasarkan kerangka berfikir diatas maka dapat ditarik hipotesis 2 :

H2 : *Leverage* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.4.3 Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan “Corporate Social Responsibility”

Menurut Kasmir (2013) likuiditas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang sudah jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak eksternal perusahaan maupun internal perusahaan. Perusahaan dengan rasio likuiditas yang tinggi akan memiliki cukup dana untuk kegiatan



lain diluar operasional perusahaan salah satunya kegiatan CSR. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat ditarik hipotesis 3:

H3: Likuiditas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

