

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* dapat dikatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi bagi *stakeholder*-nya (Rahayu dkk, 2014). *Stakeholder theory* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditur, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain) (Tamba, 2011). Teori *stakeholder* adalah bahwa organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka, melebihi dan diatas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh *stakeholder*. Beberapa alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder*: 1) Isu lingkungan melibatkan kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka. 2) Diera globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan. 3) Para investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan progam

lingkungan. 4) LSM dan pencinta lingkungan makin vocal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan (Rokhlinasari, 2016).

Pengungkapan tanggung jawab sosial diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi para stakeholder serta mendapat dukungan dari para stakeholder demi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka stakeholder akan semakin memberikan dukungan penuh ke pada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan bagi karyawan pelanggan, dan masyarakat sekitar perusahaan, sehingga dapat terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan dan sosial di sekitarnya (Lindawati, 2015). *Corporate social responsibility* dapat menjadi strategi perusahaan untuk memenuhi kepentingan dari para *stakeholder* akan informasi non keuangan perusahaan terkait dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari adanya kativitas perusahaan semakin baik pengungkapan CSR oleh perusahaan akan membuat *stakeholder* memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba yang diharapkan (Puspita, 2015).

Berdasarkan penjelasan teori stakeholder diatas maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan pihak internal saja, namun dapat memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*.

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat, dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi (Rahayu dkk, 2014). Teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi, karena teori legitimasi adalah hal yang paling penting bagi organisasi. Batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial serta reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Pratik-praktik tanggung jawab sosial dan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dapat dipandang sebagai suatu usaha untuk memenuhi harapan-harapan masyarakat terhadap perusahaan. Perusahaan yang selalu berusaha untuk menyelaraskan diri dengan norma-norma yang ada didalam masyarakat dan mengantisipasi terjadinya *legitimacy gap* maka perusahaan tersebut dapat dianggap sah dalam masyarakat dan dapat terus bertahan hidup (Tamba, 2011).

Suatu legitimasi dapat diperoleh ketika terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan yang tidak mengganggu atau sesuai dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan sehingga, ketika terjadi pergeseran yang menuju ketaksesuaian, maka hal tersebut akan mengancam legitimasi dari perusahaan (Deegan, et.al. 2002 dalam Lindawati, 2015). Adanya kontrak sosial yang bersifat implisit antara perusahaan dan masyarakat, pengungkapan CSR dapat menjadi media komunikasi

diantara keduanya yang diharapkan dapat memperbaiki legitimasi perusahaan, meningkatkan keuntungan perusahaan di masa yang akan datang dan memastikan going concern perusahaan (Lindawati, 2015). Berdasarkan teori legitimasi bahwa penungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan berada, teori legitimasi menyatakan organisasi bukan hanya memperhatikan hak-hak investor tetapi juga memperhatikan hak publik (Ratmono dkk, 2015).

Berdasarkan penjelasan legitimasi diatas maka dapat disimpulkan bahwa legitimasi perusahaan merupakan faktor yang signifikan untuk mendukung citra perusahaan dengan melakukan pengungkapan informasi sosial mereka yang diinginkan oleh para stakeholder, serta legitimasi merupakan penghubung antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan.

2.1.3 Akuntansi Keuangan

2.1.3.1 Pengertian Akuntansi Keuangan

Akuntansi keuangan (*financial accounting*) merupakan bidang akuntansi yang menyajikan informasi keuangan yang terutama ditujukan kepada pengguna internal dan eksternal atau pihak luar perusahaan. Pihak luar perusahaan seperti yang telah dijelaskan sebelumnya terdiri atas berbagai pihak yang berkepentingan meliputi : pemegang saham, calon pemegang saham, kreditor, pemerintah dan lainnya. Informasi keuangan tersebut merupakan bentuk pertanggungjawaban manajemen

perusahaan kepada pemilik perusahaan atau pemegang saham (A. Dunia , 2019). Akuntansi keuangan adalah proses yang berakhir pada penyiapan laporan keuangan suatu perusahaan secara umum untuk digunakan oleh pihak internal dan eksternal. Akuntansi keuangan menghasilkan laporan keuangan yang menyajikan informasi yang bersifat umum sehingga tidak sepenuhnya dapat memenuhi kebutuhan informasi setiap pemakai (Surya, 2012).

Akuntansi Keuangan merupakan akuntansi yang disusun untuk menghasilkan informasi dalam bentuk laporan keuangan yang ditujukan bagi pihak intern dan pihak ekstern atau pihak diluar perusahaan seperti pemerintah, investor, kreditur, dan lain-lain, laporan keuangan tersebut diantaranya meliputi laporan neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan modal, arus kas dan catatan atas laporan keuangan (Hariyani , 2018).

Kesimpulannya bahwa akuntansi keuangan merupakan suatu sistem yang memberikan keterangan mengenai informasi keuangan, yang digunakan sebagai dasar dalam penyusunan laporan keuangan.

2.1.3.2 Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Laporan keuangan, sudah merupakan kewajiban setiap perusahaan untuk membuat dan melaporkan keuangan

perusahaannya pada suatu periode tertentu. Laporan keuangan dimaksudkan untuk menunjukkan kondisi perusahaan saat ini. Kondisi perusahaan terkini adalah keadaan keuangan perusahaan pada tanggal tertentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba rugi). Biasanya laporan keuangan dibuat per periode, misalnya tiga bulan, atau enam bulan untuk kepentingan internal perusahaan. Sementara itu, untuk laporan lebih luas dilakukan satu tahun sekali. Adanya laporan keuangan, dapat diketahui posisi perusahaan terkini setelah menganalisis laporan keuangan tersebut. Laporan keuangan juga akan menentukan langkah apa yang dilakukan perusahaan sekarang dan kedepan, dengan melihat berbagai persoalan yang ada baik kelemahan maupun kekuatan yang dimilikinya (Kasmir, 2014). Laporan keuangan berarti menggali lebih banyak informasi yang dikandung suatu laporan keuangan. Laporan keuangan adalah media informasi yang merangkum semua aktivitas perusahaan, jika informasi ini disajikan dengan benar, maka informasi tersebut sangat berguna bagi siapa saja untuk mengambil keputusan tentang perusahaan yang dilaporkan tersebut (Harahap, 2011).

Laporan keuangan merupakan produk akhir dari serangkaian proses pencatatan dan pengikhtisaran data transaksi bisnis. Seorang akuntan diharapkan mampu untuk mengorganisir seluruh data akuntansi hingga menghasilkan laporan keuangan dan bahkan harus dapat menginterpretasikan serta menganalisis

laporan keuangan yang dibuatnya. Laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada piha-pihak yang berkepentingan. Laporan keuangan ini berfungsi sebagai alat informasi yang menghubungkan perusahaan dengan piha-pihak yang berkepentingan, yang menunjukkan kondisi kesehatan keuangan perusahaan dan kinerja perusahaan (Hery, 2015).

Dari penjelasan-penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan adalah catatan informasi keuangan suatu perusahaan pada periode tertentu, sehingga laporan keuangan yang disajikan dengan benar dan sesuai dengan standar dapat berguna untuk pengambilan keputusan yang akan datang baik bagi pihak internal maupun pihak eksternal.

2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.1.3.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate social responsibility (CSR), merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia perusahaan multinational, wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran menghadapi perekonomian menuju pasar bebas dan mendorong perusahaan dari berbagai penjuru dunia untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya (Nurlela & Islahuddin, 2008).

Pengungkapan adalah pengeluaran informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Penerapan CSR dapat diungkapkan perusahaan dalam media laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan (Sari R. A., 2012).

Corporate social responsibility adalah kewajiban setiap perusahaan terhadap komunitas sekitar yang dilakukan secara berkelanjutan sebagai dampak dari aktivitas operasional perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang dengan memberikan bantuan serta solusi yang terbaik kepada karyawan, masyarakat, konsumen serta lingkungan (Kastutisari, 2013)

Tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*) merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang diikuti dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas (Hadi, 2011).

Alasan agar perusahaan melakukan tanggung jawab sosial yaitu Harhap 2011 dalam (Sha, 2014) :

1. Keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan. Dalam jangka panjang hal ini sangat menguntungkan perusahaan.;
2. Keterlibatan sosial mungkin akan mempengaruhi perbaikan lingkungan, masyarakat, yang mungkin akan menurunkan biaya produksi.;
3. Meningkatkan nama baik perusahaan, akan menimbulkan simpati langganan, simpati karyawan, investor, dan lain-lain.;
4. Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat. Campur tangan pemerintah cenderung membatasi peran perusahaan, sehingga jika perusahaan memiliki tanggung jawab sosial mungkin dapat menghindari pembatasan kegiatan perusahaan.;
5. Dapat menunjukkan respons positif perusahaan terhadap norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat sehingga mendapat simpati masyarakat.;
6. Sesuai dengan keinginan para pemegang saham, dalam hal ini publik.;
7. Mengurangi tensi kebencian masyarakat kepada perusahaan yang kadang-kadang suatu kegiatan yang dibenci masyarakat tidak mungkin dihindari.;

8. Membantu kepentingan nasional, seperti konservasi alam, pemeliharaan barang seni budaya, peningkatan pendidikan rakyat, lapangan kerja dan lain-lain.

Kesimpulan dari penjelasan diatas adalah tanggung jawab sosial merupakan salah satu bentuk keterlibatan sosial atau kewajiban setiap perusahaan terhadap komunitas sekitar yang dilakukan secara berkelanjutan.

2.1.3.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Di Indonesia praktek pengungkapan tanggung jawab sosial di atur dalam UU dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas (UU PT) Nomor 40 Tahun 2007 Bab V Pasal 74 Tentang Pelaksanaan TJSL (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan). Seperti yang dikutip dalam UU nomor 40 tahun 2007 yakni (www.ojk.go.id, diakses tanggal 20 Januari 2020) :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Undang-undang tersebut menunjukkan bahwa pemerintah menaruh perhatiannya kepada praktik pengungkapan CSR perusahaan. Harapan dari pemerintah bahwa setiap unit usaha atau pelaku ekonomi yang bergerak pada bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam, selain mereka berupaya untuk kepentingan para investor dan hanya fokus pada pencapaian laba, mereka juga mempunyai kewajiban dalam melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan laporan pertanggungjawaban sosial dengan GRI (Global Report Initiative) versi 3.0. Global Reporting Initiative (GRI) adalah 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 (www.globalreporting.org yang diakses pada 28 Februari 2020).

Indikator pengungkapan tanggung jawab sosial menurut GRI terdiri dari tiga indikator, yaitu indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Dalam penelitian ini menggunakan 6 indikator dengan sub total item pengungkapan

mencapai 79 item, terdiri dari 9 item untuk indikator kinerja ekonomi, 30 item untuk indikator kinerja lingkungan, 14 item untuk indikator praktik tenaga kerja, 9 item untuk indikator hak asasi manusia, 8 indikator kemasyarakatan, dan 9 indikator tanggung jawab produk (Purnasiwi, 2011).

Kesimpulan dari penjelasan diatas adalah pengungkapan merupakan hal yang wajib dilakukan di Indonesia setelah diberlakukannya UU RI Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Indikator yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan pengungkapan sosial adalah indikator menurut Standart GRI.

2.1.3.3 Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tanggung jawab social (*Social Responsibility*) mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks, tanggung jawab social mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama dikaitkan dengan kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholder*). Hal tersebut dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhaaan banyak sekali para ahli yang menggaris bawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) (Hadi, 2011).

David (2008) menguraikan prinsip-prinsip tanggungjawab sosial menjadi tiga, yaitu :

1. *Sustainability*

Sustainability adalah bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan generasi mas depan.

2. *Accountability*

Accountability merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab akativitaa yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan untuk membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.

3. *Trasnparency*

Trasnparency merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparasi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Transparasi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

Kesimpulannya adalah dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial, perusahaan harus menerapkan beberapa prinsip seperti *sustainability*, *accountability*, dan *transparancy*.

2.1.4.4 Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pada prinsipnya tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan agar perusahaan dapat memberi kontribusi untuk kemajuan atau peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Pada poin inilah tampak nyata bahwa pelaku usaha melalui berbagai badan usaha yang berbadan hukum maupun yang bukan berbadan hukum “diminta” untuk bersama-sama dengan pemerintah mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat sebab perusahaan juga secara etis moral dinilai memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat. Tugas nasional ini tidak lagi dipandang sebagai tanggung jawab Negara semata-mata untuk melaksanakannya (Amini, 2018).

Tujuan CSR adalah untuk pemberdayaan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri, jika berbicara tentang CSR terdapat banyak definisi. Kata sosial sering diinterpretasikan sebagai kedermawanan. Padahal CSR terkait dengan *Sustainability* dan *Acceptability*, artinya diterima dan berkelanjutan untuk berusaha di suatu tempat dan perusahaan ingin mempunyai keberlanjutan dalam jangka panjang. CSR

merupakan elemen prinsip dalam tata laksana kemasyarakatan yang baik. Bukan hanya bertujuan memberi nilai tambah bagi para pemegang saham. Pada intinya, pelaku CSR tidak memisahkan aktifitas CSR dengan Good Corporate. Governance, karena keduanya merupakan satu *continuum* (rangkaiian kesatuan), maka CSR tidak hanya mencangkup apa yang seharusnya dilakukan, tapi juga melihat apa yang sebaiknya dijalankan (Amini , 2018).

Kesimpulan dari penjelasan diatas adalah pengungkapan corporate social responsibility bertujuan untuk memberdayakan masyarakat serta memberi kontribusi untuk kemajuan atau peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

2.1.4.5 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Manfaat lain yang muncul akibat melakukan program CSR secara rutin dan berkesinambungan ialah (Amini , 2018) :

1. Menciptakan Pemberdayaan Masyarakat

Istilah pemberdayaan (empowerment) berarti kemampuan, tenaga, dan kekuasaan, dengan demikian.

Pemberdayaan berarti membantu komunitas dengan sumber daya, kesempatan, pengetahuan dan keahlian untuk meningkatkan kapasitas komunitas sehingga berpartisipasi untuk menentukan masadepan warga komunitas. Tujuan dari pemberdayaan masyarakat itu ialah untuk meningkatkan kekuatan orang-orang yang lemah dari belenggu kemiskinan

yang menghasilkan suatu situasi dimana kesempatan-kesempatan ekonomis tertutup bagi mereka. Salah satu pemeberdayaan masyarakat adalah kemampuan dan kebebasan untuk membuat pilihan yang terbaik dalam menentukan atau memperbaiki kehidupannya.

2. Menciptakan Kesejahteraan Masyarakat

Program CSR merupakan investasi jangka panjang yang berguna untuk meminimalisasi resiko social serta sarana untuk meningkatkan citra dimata public. Salah satu implementasi program CSR adalah dengan kegiatan pengembangan masyarakat. Kegiatan yang menyangkut upaya baik langsung maupun tidak langsung yang ditujukan untuk pengembangan sumber daya manusia, perbaikan kualitas hidup, penyembuhan dan pencegahan masalah sosial yang dianggap sebagai pencipta kesejahteraan masyarakat.

3. Menciptakan Kemandirian Masyarakat

Kemandirian masyarakat merupakan aspek terpenting dalam komunikasi pembangunan. Kemandirian adalah kemampuan untuk menghadapi masalah dan bertanggung jawab atas ditinya tanpa merugikan orang lain. Salah satu tujuan dilakukannya CSR adalah untuk menciptakan kemandirian masyarakat yang sikap seorang suatu bangsa mengenai dirinya, masyarakat, serta semangat dalam menghadapi tantangan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yaitu untuk perusahaan, masyarakat, lingkungan sekitar, dan negara.

2.1.4.6 Pengukuran *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Daftar pengungkapan social menurut standar *Global Reporting Initiative (GRI)* dalam penelitian tersebut menggunakan tiga indicator utama yaitu kinerja ekonomi, kinerja keuangan, dan kinerja sosial yang mencakup praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan berkerja, hak asasi manusia, masyarakat, serta tanggung jawab atas produk. Untuk penelitian atas pengukuran CSR dimana item-item yang akan diberikan skor yang akan mengacu kepada indicator kinerja atau item yang disebutkan dalam *Global Reporting Initiative (GRI)* (Purnasiwi, 2011).

Pendekatan untuk menghitung CSR pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap *item* CSR dalam instrument diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan *corporate social responsibility (CSR)* adalah sebagai berikut (Haniffa et al, 2005 dalam Sayekti & Wondabio, 2007) :

$$CSR = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Dimana :

CSR = index pengungkapan CSR perusahaan

$\sum X$ = jumlah item yang dipenuhi, 1 = jika *item* diungkapkan; 0 = jika *item* I tidak diungkapkan

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j

2.1.5 Kepemilikan Manajerial

2.1.5.1 Pengertian Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan. Kepemilikan manajerial yang besar dalam perusahaan akan lebih efektif untuk mengawasi berbagai macam aktivitas yang ada di perusahaan tersebut, jika kepemilikan manajerial perusahaan rendah maka akan sangat mudah terjadinya kesempatan mengambil keuntungan bagi dirinya sendiri atau motivasi mementingkan dirinya sendiri. Pihak manajemen perusahaan harus bijak dan tegas dalam pengambilan keputusan, karena akan berdampak pada dirinya sendiri sebab manajer ini adalah pemilik saham tersebut (Ary Sintyawati & Dewi, 2018).

Kepemilikan manajer yang semakin besar di dalam perusahaan membuat manajer lebih memikirkan kepentingan dan kesejahteraan pemegang saham. Kinerja yang dilakukannya

menjadi semakin produktif demi keberlangsungan perusahaan dan demi kesejahteraan pemegang saham, sehingga manajer akan memberikan informasi yang relevan bagi *stakeholders* dalam jumlah yang lebih banyak dan lebih luas. Sesuai dengan teori keagenan yang menyatakan bahwa manajer yang memiliki saham tinggi dalam perusahaan akan menselaraskan kepentingannya dengan kepentingan sebagai pemegang saham sehingga semakin banyak mengungkapkan informasi lingkungan yang dilakukan agar perusahaan memiliki citra dan image yang baik di mata publik atas pengelolaan yang baik terhadap lingkungan (Oktafianti & Rizki, 2015).

Berdasarkan teori *stakeholder* jika perusahaan memiliki saham manajer yang tinggi maka perusahaan dalam menerapkan *corporate social responsibility* dengan cara mengungkapkan informasi yang seluas-luasnya untuk meningkatkan reputasi perusahaan (Permatasari, 2014). Teori *stakeholder* mengatakan bahwa manajemen itu tidak hanya melayani pihak internal perusahaan, tetapi melayani seluruh *stakeholder*, menyejahterakan seluruh aspek-aspek yang terkait dengan perusahaan. Semakin tinggi kepemilikan manajerialnya maka pengendalian perusahaan akan semakin besar, ketika pengendalian perusahaan semakin besar berdasarkan teori *stakeholder*, maka manajemen akan melayani bukan hanya pada dirinya, tapi terkait dengan konsumen dan lain-lain, sehingga

semakin besar kepemilikan manajerial maka akan semakin meningkatkan *corporate social responsibility* (Tamba, 2011).

Kesimpulannya adalah bahwa kepemilikan manajerial dapat dikatakan dimana manajer memiliki saham di perusahaan atau manajer sebagai pemegang saham perusahaan di perusahaan tersebut. Menurut teori *stakeholder* semakin tinggi kepemilikan manajerial maka semakin luas pengungkapan informasi sosialnya.

2.1.5.2 Jenis-Jenis Kepemilikan Manajerial

Umumnya manajemen mempunyai tanggung jawab dan tugas yang sama, yaitu melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan serta pengendalian berikut adalah jenis-jenis kepemilikan menurut tingkatan manajemen (Nicho, 2015) :

1. Manajemen Puncak (*Top Level of Manajemen*)

Manajemen puncak (*top level of manajemen*) adalah tingkat manajemen yang paling atas dan memiliki otoritas tertinggi pada sebuah organisasi perusahaan dan bertanggungjawab langsung kepada pemilik saham. Contoh tingkatan manajemen puncak adalah CEO (Chief Executive Officer, GM (General Manajer) atau sering disebut pula presiden direksi (presdir). Direksi merupakan perwakilan dari pemilik saham perusahaan atau pemegang saham.

2. Manajemen Tingkat Menengah (*Middle Level of Management*)

Manajemen tingkat menengah (*middle level of management*) merupakan manajemen tingkat menengah berada pada tengah-tengah dari hirarki manajemen pada sebuah perusahaan. Contoh tingkatan manajemen tengah adalah kepala departemen, Manajer cabang, dan junior executive.

3. Manajemen Lini Pertama (*First Line Management*)

Manajemen lini pertama (*first line management*) merupakan tingkatan manajemen yang paling rendah dalam sebuah perusahaan. Contoh manajemen tingkat pertama adalah mandor atau pegawai yang sering disebut dengan supervisor.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa jenis-jenis kepemilikan manajerial umumnya menurut tingkatan manajemen yaitu manajemen puncak, manajemen tingkat menengah, manajemen lini pertama.

2.1.5.3 Pengukuran Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial diukur dengan menggunakan rasio antara jumlah saham yang dimiliki pihak manajerial (manajer dan direksi) terhadap total saham yang beredar pada perusahaan. Rumus yang digunakan untuk mengukur kepemilikan

manajerial adalah sebagai berikut (Ary Sintyawati & Dewi, 2018).

$$KM = \frac{\text{jumlah saham pihak manajerial}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

Dimana :

KM = Kepemilikan Manajerial

Jumlah saham pihak manajerial = Jumlah saham yang dimiliki pihak manajerial

Jumlah saham yang beredar = Total lembar saham yang beredar

2.1.6 Ukuran Perusahaan

2.1.6.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total asset, tenaga kerja, tingkat penjualan, dan total utang. (Prasetyorini, 2013). Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan yang besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Disamping itu perusahaan yang besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang besar merupakan

pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005).

Dengan demikian semakin besar skala perusahaan akan menghadapi resiko politis yang lebih besar, sehingga perusahaan yang lebih besar akan cenderung akan mengungkapkan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas (Trisnawati, 2014). Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi lebih banyak resiko dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial (CSR) (Sari & Rani, 2015).

Kesimpulannya adalah ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan. Semakin besar skala perusahaan akan menghadapi berbagai resiko yang lebih besar, sehingga perusahaan besar akan cenderung akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas.

2.1.6.2 Fator-Fator Yang Digunakan Untuk Menentukan Ukuran Perusahaan

Tolok ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan atau tingkatan perusahaan menurut (Oktavianti, 2015) :

1. Tenaga kerja, merupakan jumlah pegawai tetap dan honorer yang terdaftar atau berkerja di perusahaan pada suatu saat tertentu.

2. Tingkat penjualan, merupakan volume penjualan suatu perusahaan pada suatu periode tertentu.
3. Total utang, merupakan jumlah utang perusahaan pada periode tertentu.
4. *Total assets*, merupakan keseluruhan *assets* yang dimiliki perusahaan pada saat tertentu.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengukuran perusahaan dapat dilihat dari berbagai macam tolok ukur yaitu tenaga kerja, tingkat penjualan, total utang, dan total *asset*.

2.1.6.3 Metode Perhitungan Ukuran Perusahaan

Metode pengukuran ukuran perusahaan adalah sebagai berikut (Fahrizqi, 2010).

$$SIZE = LN \text{ Total Assets}$$

Dimana :

SIZE = ukuran perusahaan

LN = logaritma natural

Total *Assets* = jumlah *asset* yang dimiliki perusahaan

2.1.7 Kinerja Keuangan

2.1.7.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan suatu tolak ukur kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Dapat diartikan bahwa kinerja merupakan hasil pencapaian yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam periode tertentu (Giovani, 2018). Penggunaan ukuran untuk kinerja keuangan perusahaan adalah berdasarkan pada pemikiran bahwa ukuran yang dapat mengindikasikan entitas kinerja yang tidak hanya dipengaruhi oleh perbedaan ukuran suatu perusahaan (Suparjan & Mulya, 2012).

Berdasarkan teori *stakeholder* mengatakan bahwa suatu perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi untuk kepentingan diri sendiri namun juga *stakeholdernya* (Koloay, 2018). Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memuaskan *stakeholdernya* adalah dengan memberikan kinerja keuangan yang baik dari perusahaan, sehingga investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi selain melihat kinerja keuangan suatu perusahaan, adanya pengungkapan item *corporate social responsibility* dalam laporan keuangan diharapkan akan menambah kepercayaan para investor bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan (*sustainable*) (Rahayu, 2010).

Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memuaskan *stakeholdernya* adalah dengan memberikan kinerja keuangan yang baik dari perusahaan. Investor sebagai salah satu *stakeholder* perusahaan, akan melihat kinerja keuangan. Ketika kinerja keuangan membaik, dapat menjadi pertimbangan bagi para investor untuk tetap memberikan dana bagi perusahaan. Dana yang dimiliki perusahaan dengan demikian akan tersedia, dan perusahaan dapat melakukan kegiatan *corporate social responsibility* sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya terhadap *stakeholder* (Khurriah, 2017).

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan bukan hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun juga beroperasi untuk kepentingan *stakeholder*. Dapat diartikan bahwa salah satu cara memuaskan *stakeholder* adalah dengan memberikan kinerja keuangan yang baik, sehingga akan menarik investor untuk menanamkan modal.

2.1.7.2 Tujuan Dan Manfaat Pengukuran Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja keuangan mempunyai beberapa tujuan diantaranya (Palumbung, 2015) :

1. Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi pada saat ditagih.

2. Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasi.
3. Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu yang dibandingkan dengan penggunaan aset atau ekuitas secara produktif.
4. Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menjalankan dan mempertahankan 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 uang.

Kesimpulan dari penjelasan diatas adalah bahwa pengukuran kinerja keuangan mempunyai beberapa tujuan yaitu memenuhi kewajiban keuangan saat ditagih, memenuhi kewajiban keuangan saat dilikuidasi, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, kemampuan perusahaan dalam menjalankan dan mempertahankan usahanya agar tetap stabil.

2.1.7.3 Pengukuran Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja keuangan dapat diukur menggunakan analisis rasio. Adapun jenis rasio keuangan yang sering sekali digunakan dalam mengukur kinerja keuangan yaitu rasio

likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, rasio profitabilitas adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015) :

1. Rasio likuiditas

Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar utang jangka pendeknya. Rasio ini digunakan untuk mengukur sampai seberapa jauh tingkat kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo. Jenis-jenis rasio likuiditas yaitu menurut (Hery, 2015) :

a. *Current Rasio*

Current rasio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan total *assets* lancar yang tersedia. Rumus yang digunakan untuk mengukur *current rasio* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015):

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}}$$

Dimana :

Current Rasio : Rasio Lancar

Current Asset : Aktiva Lancar

Current Liabilities : Hutang Lancar

b. *Quick Ratio*

Quick ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan *assets* sangat lancar (kas+sekuritas+jangka pendek +piutang), tidak termasuk persediaan barang dagang dan *assets* lancar lainnya.

Rumus yang digunakan untuk mengukur *quick rasio* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015):

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current Assets} - \text{Inventory}}{\text{Current Liabilities}}$$

Dimana :

Quick Rasio : Rasio Cepat

Current Asset : Aktiva Lancar

Inventory : Persediaan

Current Likuiditas : Hutang Lancar

c. *Cash Ratio*

Cash Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas atau setera kas yang tersedia untuk membayar utang jangka pendek.

Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan yang sesungguhnya dalam melunasi kewajibannya yang akan segera jatuh tempo dengan menggunakan uang kas atau kas yang ada. Rumus yang digunakan untuk mengukur *cash ratio* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015):

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{cash}}{\text{current liabilities}}$$

Dimana

Cash Ratio : Rasio kas

Cash : Kas

Current liabilities : Kewajiban Lancar

2. Rasio Solvabilitas

Rasio Solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana assets perusahaan yang dibiayai dengan utang. Rasio solvabilitas dapat diartikan sebagai rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar utang yang harus ditanggung perusahaan dalam rangka pemenuhan *assets*. Jenis-jenis rasio solvabilitas yaitu menurut (Hery, 2015):

a. *Debt to Assets Ratio*

Debt to assets ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total

utang dengan total *assets*. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar *assets* perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pembiayaan *assets*. Rumus yang digunakan untuk mengukur *debt to assets ratio* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015):

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Assets}}$$

Dimana :

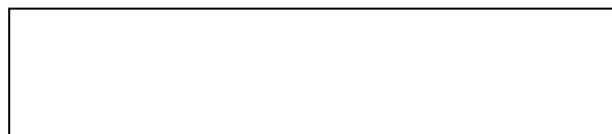
Debt Ratio : Rasio Utang

Total Debt : Total Hutang

Total Assets : Total Aktiva

b. *Debt to Equity Ratio*

Debt to equity ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang terhadap modal. rasio ini mengetahui besarnya perbandingan antara jumlah dana yang disediakan oleh kreditur dengan jumlah dana yang berasal dari pemilik perusahaan. Rumus yang digunakan untuk mengukur *debt to equity ratio* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015):



$$\text{Debt to equity ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$$

Dimana :

Debt to Equity Ratio : Rasio uang terhadap modal

Total Debt : Total utang

Total Equity : Total modal

c. *Long Term Debt to Equity Ratio*

Long Term Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang jangka panjang terhadap modal. Rasio ini berguna untuk mengetahui besarnya perbandingan antara jumlah dana yang disediakan oleh kreditur jangka panjang dengan jumlah dana yang berasal dari pemilik perusahaan. Rumus yang digunakan untuk mengukur *long term debt to equity ratio* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015):

$$\text{Long term debt to equity ratio} = \frac{\text{Long term debt}}{\text{Total equity}}$$

Dimana :

Long term debt to equity ratio : Rasio utang jangka panjang terhadap modal

Long term debt : Utang jangka panjang

Total equity : Total modal

d. *Times Interest Earned Ratio*

Times interest earned ratio merupakan sejauh mana atau berapa kali kemampuan perusahaan dalam membayar bunga. Kemampuan perusahaan disini diukur dari jumlah laba sebelum bunga dan pajak. Rumus yang digunakan untuk mengukur *times interest earned ratio* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015):

$$\text{Times interest earned ratio} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Interest expense}}$$

Dimana :

Times interest earned ratio : Ratio kelipatan bunga yang dihasilkan

EBIT : Laba sebelum bunga dan pajak

Interest expense : Beban bunga

e. *Operating Income to Liabilities Ratio*

Operating Income to liabilities ratio merupakan rasio yang menunjukkan sejauh mana atau berapa kali kemampuan perusahaan melunasi seluruh kewajiban.

Kemampuan perusahaan disini diukur dari jumlah laba operasional. Rumus yang digunakan untuk mengukur *operating Income to liabilities ratio* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015) :

$$\text{Operating Income to liabilities} = \frac{\text{Operational Profit}}{\text{Obligation}}$$

Dimana :

Operating Income to liabilities ratio : Rasio laba operasional

terhadap

kewajiban

Operating Profit :Laba

operasional

Obligation : Kewajiban

3. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan assets yang dimilikinya, termasuk untuk mengukur tingkat efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan sumberdaya yang ada. rasio ini digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Jenis-jenis rasio aktivitas yaitu menurut (Hery, 2015):

a. *Accounts Receivable Turn Over*

Accounts receivable turn over merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang tertanam dalam piutang usaha akan berputar dalam satu periode atau berapa lama (dalam hari) rata-rata penagihan piutang usaha. Rumus yang digunakan untuk mengukur *accounts receivable turn over* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015):

$$\text{Accounts receivable turn over} = \frac{\text{Credit sales}}{\text{Average trade receivables}}$$

Dimana :

Accounts receivable turn over : Rasio perputaran piutang usaha

Credit sales : Penjualan kredit

Average trade receivables : Rata-rata piutang usaha

b. *Inventory Turn Over*

Inventory turn over merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang tertanam dalam persediaan akan berputar dalam satu periode atau berapa lama (dalam hari) rata-rata persediaan tersimpan digudang hingga akhirnya dijual. Rumus yang digunakan untuk mengukur *inventory turn over* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015):

$$\text{Inventory turn over} = \frac{\text{Sales}}{\text{Average inventory}}$$

Dimana :

Inventory turn over : Perputaran persediaan

Sales : Penjualan

Average inventory : Rata-rata persediaan

c. *Working Capital Turn Over*

Working capital turn over merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keefektifan modal kerja (asset lancar) yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan penjualan. Rasio ini dihitung sebagai hasil bagi antara besarnya jumlah penjualan (tunai maupun kredit) dengan rata-rata lancar. Rumus yang digunakan untuk mengukur *working capital turn over* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015) :

$$\text{Working capital turn over} = \frac{\text{Sales}}{\text{Average current assets}}$$

Dimana :

Working capital turn over : Perputaran modal kerja

Sales : Penjualan

Average current assets : Rata-rata asset lancar

d. *Fixed Assets Turnover*

Fixed assets turnover merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keefektifan asset tetap yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan penjualan atau untuk mengukur seberapa efektif kapasitas asset tetap turut berkontribusi menciptakan penjualan. Rumus yang digunakan untuk mengukur *fixed assets turnover* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015):

$$\text{Fixed assets turnover} = \frac{\text{Sales}}{\text{Average fixed assets}}$$

Dimana :

Fixed assets turnover : Rasio perputaran asset tetap

Sales : Penjualan

Average fixed assets : Rata-rata asset tetap

e. *Total Assets Turnover*

Total assets turnover merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keefektifan total asset yang dimiliki perusahaan dalam perusahaan dalam menghasilkan penjualan atau untuk mengukur berapa jumlah penjualan yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset. Rumus yang digunakan untuk mengukur *total assets turnover* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015) :



$$\text{Total assets turnover} = \frac{\text{Sales}}{\text{Average total assets}}$$

Dimana :

Total assets turnover : Rasio perputaran total aset

Sales : Penjualan

Average total assets : Rata-rata total aset

4. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio ini dapat diukur dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada didalam laporan laba rugi atau neraca. Jenis-jenis rasio profitabilitas yaitu menurut (Hery, 2015):

a. *Return on Assets (ROA)*

Return on assets (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset. Rumus yang digunakan untuk mengukur *return on assets* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015) :



$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Total Assets}}$$

Dimana :

Return on Assets (ROA) : Pengembalian aset

Earning After Taxes : Laba bersih sesudah pajak

Total Assets : Total Aktiva

b. *Return on Equity (ROE)*

Return on equity (ROE) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Rumus yang digunakan untuk mengukur *return on equity* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015) :

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Total Equity}}$$

Dimana :

Return on Equity (ROE) : Pengembalian ekuitas

Earning After Taxes : Laba bersih sesudah
pajak

Total Equity : Total modal

c. *Gross Profit Margin*

Gross profit margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba kotor atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba kotor terhadap penjualan bersih. Rumus yang digunakan untuk mengukur *gross profit margin* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015) :

$$\text{Gross profit margin} = \frac{\text{Gross profit}}{\text{Net sales}}$$

Dimana :

Gross profit margin : Marjin laba kotor

Gross profit : Laba kotor

Net sales : Penjualan bersih

d. *Operating Profit Margin*

Operating profit margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih. Rumus yang digunakan untuk mengukur *operating profit margin* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015) :

$$\text{Operating profit margin} = \frac{\text{Operating profit}}{\text{Net sales}}$$

Dimana :

Operating profit margin : Marjin laba operasional

Operating profit : Laba operasional

Net sales : Penjualan bersih

e. *Net Profit Margin*

Net profit margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Rumus yang digunakan untuk mengukur *net profit margin* adalah sebagai berikut menurut (Hery, 2015):

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Net profit}}{\text{Net sales}}$$

Dimana :

Net profit margin : Marjin laba bersih

Net profit : Laba bersih

Net sales : Penjualan bersih

2.2 Penelitian Terdahulu

Hasil dari beberapa peneliti terdahulu yang digunakan sebagai referensi dan perbandingan dalam ini adalah sebagai berikut :

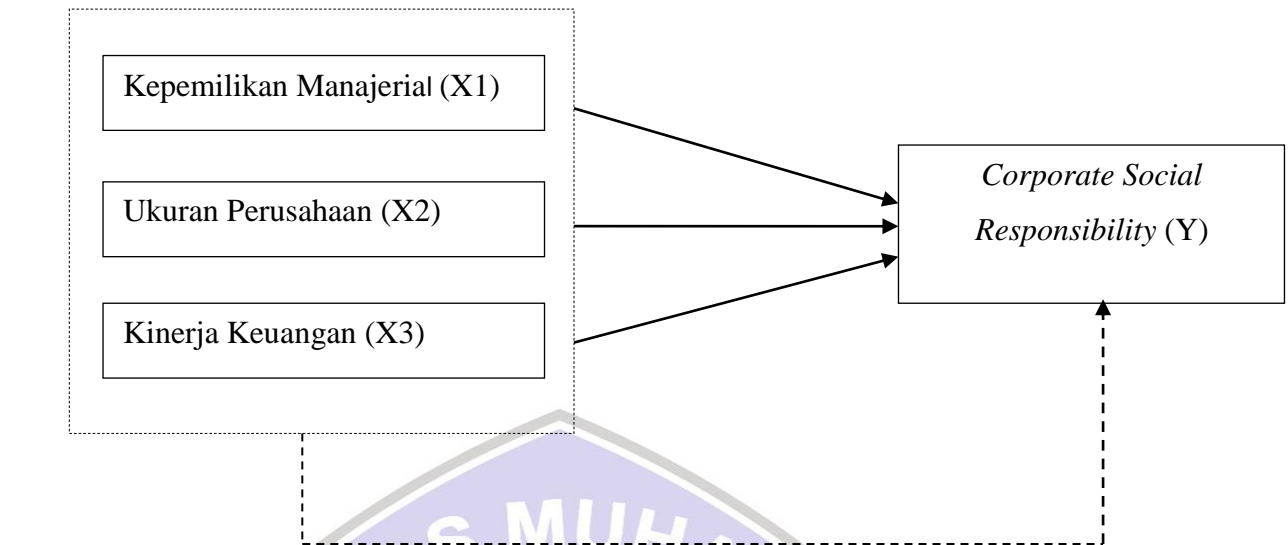
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil
1.	(Suparjan & Mulya, 2012)	Pengaruh Kinerja Sosial Dan Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Sebagai Variabel Intervening Terhadap Nilai Perusahaan.	Kinerja sosial (lingkungan dan produk) memiliki pengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , sedangkan kinerja keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate sosial responsibility</i> .
2.	(Trisnawati, 2014)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Profitabilitas</i> , <i>Leverage</i> , Ukuran Dewan Komisaris Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Industri Perbankan Di Indonesia.	Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , sedangkan <i>Profitabilitas</i> , <i>Leverage</i> , ukuran dewan komisaris, dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Sosial Responsibility</i> .
3.	(Sari & Rani, 2015)	Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, <i>Return On Assets (ROA)</i>	Kepemilikan institusional secara parsial memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan <i>Corporate Sosial Responsibility</i> . Secara parsial kepemilikan manajerial tidak berpengaruh

		Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013	terhadap pengungkapan <i>Corporate Sosial Responsibility</i> . Sedangkan variabel <i>Return On Asset</i> dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap <i>Corporate Sosial Responsibility</i> .
4.	(Nasir dkk, 2013)	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, <i>Leverage</i> , <i>Profitabilitas</i> , Ukuran, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggung Jawaban Sosial Perusahaan Pada Perusahaan <i>Food And Beverag</i> Yang Terdaftar Di BEI	Kepemilikan manajerial, <i>Profitabilitas</i> , dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi Pertanggung Jawaban Social perusahaan, tapi <i>Leverage</i> dan umur perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi Pertanggung Jawaban Social perusahaan.
5.	(Oktafianti & Rizki, 2015)	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Keuangan Terhadap Corporate Environmental Disclosure Sebagai Bentuk Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan (Studi pada Perusahaan Peserta Proper 2011-2013)	Kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>Corporate Environmental Disclosure</i> dan kinerja keuangan berpengaruh negatif terhadap <i>Corporate Environmental Disclosure</i> .

Sumber : data diolah, 2020

2.3 Kerangka Konseptual Pemikiran



Keterangan :

— = Uji Parsial

- - - = Uji Simultan

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual Pemikiran

Perusahaan mengungkapkan tanggung jawab perusahaan, namun perusahaan memiliki cara yang berbeda-beda dalam pengungkapannya, maka dari itu pengungkapan tersebut akan dilihat dari berbagai variabel. Variabel yang pertama adalah kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial memegang peranan penting dalam pengungkapan *corporate social responsibility* dimana manajer dapat dengan mudah melakukan program *corporate social responsibility*. Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan, manajer perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial. Hal ini mendukung teori keagenan, yaitu bahwa semakin

banyak kepemilikan manajemen di dalam perusahaan, manajemen akan semakin banyak melakukan kegiatan produktif yang dapat meningkatkan *image* perusahaan.

Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak asset yang dimiliki perusahaan sehingga akan berdampak pada luasnya pengungkapan *corporate social responsibility* kepada masyarakat. Perusahaan yang besar tidak akan terlepas dari tekanan untuk melakukan tanggung jawab sosial. Ketersediaan dana dan sumberdaya membuat perusahaan perlu membiayai penyediaan informasi untuk pertanggung jawaban sosial. Berdasarkan teori agensi perusahaan yang besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Kinerja keuangan merupakan sebuah gambaran mengenai suatu kondisi keuangan perusahaan, sehingga bisa diketahui bagaimana baik buruknya kondisi keuangan suatu perusahaan. Berdasarkan teori *stakeholder* mengatakan bahwa suatu perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi untuk kepentingan diri sendiri namun juga *stakeholdernya*. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memuaskan *stakeholdernya* adalah dengan memberikan kinerja keuangan yang baik dari perusahaan. Dengan kata lain apabila perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik maka manajemen memiliki kemampuan yang besar untuk mengatur alokasi laba guna membiayai program CSR. Variabel kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan kinerja keuangan tersebut akan berdampak pada tercapainya

corporate social responsibility sehingga perusahaan dapat memenuhi tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan manajerial adalah proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan. Dengan adanya kepemilikan manajerial dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan hal yang menarik bahwa pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial meningkat sebagai akibat kepemilikan manajerial yang meningkat. Kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan (Utami & Prastiti, 2012).

Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan image perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Anggraini , 2006).

Penelitian terdahulu mengenai kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh (Trisnawati, 2014) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, hal

tersebut disebabkan karena tingkat kepemilikan manajerial dalam suatu perusahaan di Indonesia masih tergantung sangat rendah. Selain itu kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* disebabkan karena manajemen lebih berfokus pada peningkatan laba perusahaan yang akan menguntungkan bagi mereka dan pemilik perusahaan daripada melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Maka hipotesisnya dapat dirumuskan sebagai berikut :

H₀₁ : Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility

H_{a1} : Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

2.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil (Nasir dkk, 2013).

Dapat dijelaskan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan tersebut. Perusahaan besar biasanya cenderung

akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi lebih banyak resiko dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial (CSR) (Sari & Rani, 2015).

Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh (Sari & Rani, 2015), penelitian dengan variabel yang sama menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, hal ini berupa semakin banyak jumlah *asset* yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosialnya (*CSR*) kepada masyarakat.

Maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₀₂ : Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

H_{a2} : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

2.4.3 Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba (Prasinta, 2012). Kinerja keuangan adalah prestasi kerja yang telah dicapai oleh perusahaan dalam suatu

periode tertentu dan tertuang pada laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan (Rahayu, 2010).

Investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi selain melihat kinerja keuangan suatu perusahaan, adanya pengungkapan item *corporate social responsibility* dalam laporan keuangan diharapkan akan menjadi nilai plus yang akan menambah kepercayaan para investor bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan (*sustainable*). Para konsumen akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan *corporate social responsibility* dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan *corporate social responsibility*, hal ini akan berdampak positif terhadap perusahaan karena akan menaikkan laba perusahaan melalui penjualan dan akan menarik investor untuk berinvestasi serta berpengaruh bagi peningkatan kinerja saham di bursa efek (Rahayu, 2010).

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh kinerja keuangan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh (Suparjan & Mulya, 2012) menunjukkan bahwa kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H₀₃ : Kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility

H_{a3} : Kinerja keuangan berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility

2.4.4 Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, Dan Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility memiliki hubungan terhadap kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan kinerja keuangan. Hal tersebut dikarenakan apabila semakin tinggi kepemilikan manajerial di dalam perusahaan maka akan semakin pula untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*, serta dengan adanya ukuran perusahaan maka semakin besar ukuran suatu perusahaan tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk meningkatkan *image* perusahaan, sehingga perusahaan merasa perlu membiayai penyedia informasi untuk pertanggung jawaban sosial, serta dengan adanya kinerja keuangan akan memiliki peluang lebih untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*, hal ini dikarenakan perusahaan berharap para pengguna laporan membaca *good news* kinerja keuangan tentang pengungkapan tanggung jawab sosial.

Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H_{o4} : Kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan kinerja Keuangan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

H_{a4} : Kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan kinerja Keuangan berpengaruh terhadap pengungkapan corporate social responsibility.



