

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Corporate social responsibility*

a. *Pengertian Corporate social responsibility*

Pengertian *Corporate social responsibility* (CSR) berdasarkan pendapat dari beberapa ahli yakni:

- 1) CSR dari suatu organisasi dan dampaknya pada keputusan dan aktivitas pada kehidupan sosial dan lingkungan, melalui perilaku transparan dan etis untuk memberi sumbangsih bagi pembangunan berkelanjutan, pembangunan kesehatan bagi kesejahteraan umum; CSR dimasukkan dalam akun pemegang saham dan sesuai dengan hukum yang berlaku serta konsisten dengan norma perilaku internasional; dan berintegrasi melalui organisasi dan dipraktekkan sebagaimana mestinya (*ISO 26000: 2010 Guidance on Social Responsibility*).
- 2) CSR adalah komitmen dunia bisnis untuk berkontribusi pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan karyawan dan perwakilannya, dengan komunitas lokal dan lingkungan sosial setempat untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan lingkungan (Bank Dunia, dalam Ambadar, 2008:33).
- 3) Menurut Hopkins (Daniri, 2005:6), CSR adalah upaya perusahaan untuk memberikan dampak (ekonomi, lingkungan dan sosial) positif bagi

masyarakat yang pada intinya terjadi pembangunan berkelanjutan dan merupakan tantangan.

- 4) Definisi tertua dari CSR diartikan oleh Bowen dalam bukunya *Social Responsibility of the Businessman*, 1953, CSR adalah tanggung jawab seorang pengusaha mencoba menunjukkan sebuah nilai misi sosial.

Jadi kesimpulannya definisi CSR adalah niat baik dan komitmen dari perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat, keberlanjutan pengembangan masyarakat, ekonomi lokal sehingga memberikan kontribusi juga terhadap keberlanjutan perusahaan. Kegiatan tersebut dilakukan bekerjasama antara perusahaan dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal (masyarakat), dan lingkungan secara luas.

b. Undang-Undang Yang Mengatur CSR di Indonesia

Corporate social responsibility (CSR) merupakan wujud dari tanggung jawab sosial perusahaan yang saat ini mempunyai peranan yang cukup penting dalam upaya mewujudkan pembangunan berkelanjutan atau *Sustainable Development*.

Peraturan perundang-undangan di Indonesia yang mengatur tentang penerapan CSR diantaranya yaitu : (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 1997 Tentang Lingkungan Hidup; (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen; (3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan; (4) Undang-Undang Republik Indonesia nomor 5 tahun 1999 Tentang praktek Larangan Monopoli Dan Persaingan Usaha tidak sehat, dan peraturan serta

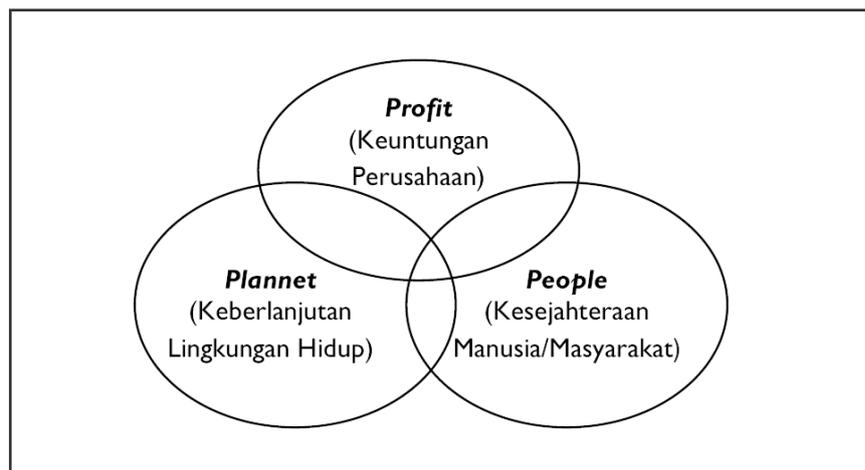
perundangan lainnya. Perundangan-undangan tersebut bersifat *mandatory* dan harus dilaksanakan.

Sedangkan Peraturan lain, dan yang menjadi kajian dalam penulisan kali ini adalah CSR yang dahulunya bersifat *voluntary* kini menjadi bersifat *mandatory*. Peraturan itu adalah (1) Keputusan Menteri BUMN Nomor Kep -236 /MBU/2003; (2) Surat Edaran Menteri BUMN No. SE.-433/MBU/2003; (3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal; serta (4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal mengatur hal yang berbeda dengan Keputusan Menteri BUMN Nomor Kep -236 /MBU/2003 Tentang Program kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan. Jika Keputusan Menteri BUMN Nomor Kep -236 /MBU/2003 hanya mengatur PKBL (sebagai bentuk *community development* atau kegiatan karikatif) bagi BUMN saja. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal mengatur CSR atau tanggung jawab sosial bagi Penanaman modal dalam Negeri dan Penanaman Modal Asing. Penanam modal dalam negeri berbentuk badan hukum, tidak berbadan hukum atau usaha perseorangan sedangkan Penanaman modal asing adalah bentuk perseroan terbatas berdasarkan hukum Indonesia dan berkedudukan di dalam wilayah negara Republik Indonesia, kecuali ditentukan lain oleh undang-undang.

Badan-Badan Usaha tersebut wajib melakukan CSR karena Pasal 34 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal menyatakan: (1) Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa (a) peringatan tertulis; (b) pembatasan kegiatan usaha; (c) pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal atau; (d) pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; (2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan (3) Selain dikenai sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseorangan dapat dikenai sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”

c. Karakteristik CSR



Sumber : Archie B. Carrol (dalam Suharto, 2006:5)

Gambar 2.1
Triple Bottom Lines dalam CSR

Menurut Suharto (2006:5). perusahaan tidak berfungsi secara terpisah dari masyarakat sekitarnya. Faktanya, kemampuan perusahaan untuk bersaing sangat tergantung pada keadaan lokasi dimana perusahaan itu beroperasi. Oleh karena itu, piramida CSR yang dikembangkan Archie B. Carrol harus dipahami sebagai satu kesatuan. Sebab, CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga karakteristik dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom lines*, yaitu *profit*, *people* dan *planet* (3P):

- (1) *Profit*. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- 1) *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.
- 2) *Planet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, pengembangan pariwisata (ekoturisme).

Pemahaman mengenai karakteristik-karakteristik yang khusus yang dimiliki oleh CSR ini akan turut mendorong perusahaan untuk melaksanakan CSR di perusahaannya karena tujuan perusahaan seharusnya memang tidak semata-mata untuk mencari laba, namun juga menjaga kelestarian lingkungan dan masyarakat yang dapat mendukung keberlangsungan bisnis perusahaan.

d. Prinsip Pelaksanaan CSR

Menurut ISO 26000 Karakteristik dari *Social Reasonability* adalah kemauan sebuah organisasi untuk mempertimbangkan aspek sosial dan

lingkungan dalam pengambilan keputusan dan bertanggung jawab atas dampak dari keputusan serta aktivitas yang mempengaruhi masyarakat dan lingkungan (KLH, 2010:7)

Dalam ISO 26000 CSR mencakup 7 aspek utama, yaitu: tata kelola organisasi, hak asasi manusia, ketenagakerjaan, lingkungan, praktek bisnis yang adil, isu konsumen serta keterlibatan dan pengembangan masyarakat. Dalam *Global Impact* terdapat 10 prinsip utama dari 4 aspek bisnis yang bertanggung jawab sosial dan berkelanjutan, yaitu (KLH, 2010:7) :

- (1) Hak Asasi Manusia. Pelaku bisnis harus mendukung dan menghormati perlindungan terhadap hak asasi manusia yang diakui secara internasional;
- (2) Memastikan perusahaannya tidak terlibat dalam pelanggaran hak asasi manusia;
- (3) Ketenagakerjaan. Pelaku bisnis harus menjunjung tinggi kebebasan para karyawannya untuk berserikat dan mengadakan perundingan;
- (4) Menghapus segala bentuk kerja paksa dan kerja wajib;
- (5) Menghapus adanya pekerja anak secara efektif;
- (6) Menghapus diskriminasi yang terjadi pada pekerjaan dan jabatan;
- (7) Lingkungan. Pelaku bisnis harus mendukung tindakan pencegahan terhadap pengrusakan lingkungan;
- (8) Memiliki inisiatif dalam mempromosikan tanggung jawab lingkungan;
- (9) Mendorong pengembangan dan penyebaran teknologi yang ramah lingkungan;
- (10) Anti Korupsi. Pelaku bisnis harus melawan korupsi dalam segala bentuk, termasuk pemerasan dan penyuapan.

Dari penelitian yang dilakukan oleh CECT di Indonesia (KLH, 2010:7), CSR memiliki beberapa tingkatan berdasarkan ruang lingkup dan kompleksitasnya, yaitu :

- (1) Kepatuhan terhadap semua hukum yang ada;
- (2) CSR

dalam bentuk Filantropi; (3) CSR dalam bentuk *Community Development*; (4) CSR dimana perusahaan mengandung dampak negatif yang timbul dari bisnisnya dan meningkatkan dampak positif bisnisnya; dan (5) CSR sebagai suatu sistem yang terintegrasi dalam perencanaan bisnis perusahaan.

Berdasarkan tingkatan tersebut, perusahaan sangat dianjurkan melakukan kegiatan CSR yang melampaui kepatuhan terhadap semua hukum (*beyond compliance*). Dalam melaksanakan kegiatan CSR sangat dianjurkan perusahaan melibatkan komunitas setempat, sehingga kegiatan CSR tersebut menghasilkan dampak positif tidak hanya untuk internal tetapi juga eksternal perusahaan. Kegiatan perlibatan langsung komunitas di wilayah perusahaan berada selama ini dikenal dengan nama CD atau Comdev.

e. Mekanisme dan Dokumentasi Kegiatan CSR di Indonesia

Berikut adalah beberapa tahapan langkah yang dapat diikuti oleh perusahaan dalam merencanakan, melaksanakan, serta menyusun pendokumentasian kegiatan CSR (KLH, 2010:11).

- 1) Sebelum pelaksanaan kegiatan CSR, perusahaan dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut:
 - (a) Melakukan identifikasi dampak negatif lingkungan dari rencana penyelenggaraan usaha
 - (b) Melakukan identifikasi potensi sumber daya alam dan lingkungan di masyarakat.
 - Identifikasi potensi sumber daya alam di masyarakat sekitar area penyelenggaraan usaha.

- Identifikasi potensi lingkungan di masyarakat sekitar area penyelenggaraan usaha.

(c) Melakukan identifikasi kebutuhan dan aspirasi masyarakat terhadap penyelenggaraan usaha.

- Identifikasi kebutuhan (*need assessment*) masyarakat.
- Identifikasi aspirasi masyarakat terhadap keberadaan penyelenggaraan usaha.

(d) Menyusun rencana kegiatan CSR bidang Lingkungan

- Kegiatan CSR untuk mengurangi dampak negatif lingkungan yang ditimbulkan dari penyelenggaraan usaha.
- Kegiatan CSR dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam yang ada di sekitar area penyelenggaraan usaha.
- Kegiatan CSR berdasarkan pada kondisi lingkungan yang ada di sekitar area penyelenggaraan usaha
- Kegiatan CSR berdasarkan kebutuhan masyarakat yang ada di sekitar area penyelenggaraan usaha.
- Kegiatan CSR berdasarkan aspirasi masyarakat yang ada di sekitar area penyelenggaraan usaha.

2) Perencanaan Kegiatan CSR Bidang Lingkungan

Dalam perencanaan kegiatan CSR, perusahaan dapat mengikuti langkah-langkah di bawah ini (atau disesuaikan dengan konteks daerah dan kondisi perusahaan dimana perusahaan berada):

- (a) Menyusun konsep perencanaan kegiatan CSR yang jelas, lengkap dan terperinci, yakni sampai dengan teknis pelaksanaan kegiatan atau program.
- (b) Membangun persepsi yang sama antara perusahaan dengan pemerintah daerah dan para pemangku kepentingan
- (c) Mengadakan kerja sama dengan pemerintah dan atau pemangku kepentingan yang dapat diawali dengan penandatanganan MOU atau perjanjian kerja sama dengan pemerintah daerah.
- (d) Menyusun perencanaan terpadu dengan pemerintah daerah agar dapat terjadi sinergi dan pemerataan kesejahteraan.
- (e) Melaksanakan konsultasi perencanaan yang melibatkan masyarakat, salah satunya dengan pola Musrembangda.
- (f) Melakukan dialog selain Musrembang yang diselenggarakan atas inisiatif perusahaan.
- (g) Mengajukan usulan penghargaan dari pemerintah dalam bentuk pengakuan (*acknowledgement*), maupun insetif lainnya.
- (h) Menentukan pelaksanaan dan mekanisme monitoring dan evaluasi

3) Pelaksanaan Kegiatan CSR Bidang Lingkungan

Berikut ini adalah beberapa langkah yang dapat dilakukan perusahaan dalam pelaksanaan kegiatan CSR:

- (a) Memiliki sumber daya manusia yang memiliki kemampuan, komitmen dan kepedulian terhadap CSR
- (b) Melatih sumberdaya manusia yang bertanggung jawab (*person in charge/PIC*) untuk memimpin pelaksanaan kegiatan CSR

- (c) Melakukan kegiatan monitoring atas kemajuan kegiatan CSR sesuai dengan mekanisme monitoring yang sudah direncanakan
- (d) Melakukan evaluasi kegiatan CSR yang telah berjalan dengan berinisiatif membuat sistem mekanisme pendokumentasian atas kemajuan; keberhasilan; kegagalan; dan masalah-masalah yang dihadapi dalam menjalankan kegiatan CSR
- (e) Mendisain sistem penghargaan bagi penanggung jawab (PIC) yang telah berhasil melaksanakan kegiatan CSR dengan baik
- (f) Merumuskan kegiatan-kegiatan untuk menjamin terpeliharanya keberlanjutan kegiatan CSR yang sedang dan telah berjalan.

4) Pendokumentasian Kegiatan CSR Bidang Lingkungan

Di akhir tahun, setelah melaksanakan kegiatan CSR di bidang lingkungan, sangat disarankan agar perusahaan membuat dokumentasi dari kegiatan CSR bidang lingkungan dan memasukkannya di dalam Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) atau Laporan Tahunan (*Annual Report*).

Beberapa hal di bawah ini merupakan tahapan perusahaan dalam membuat dokumentasi:

- (a) Membentuk tim yang bertugas membuat dokumentasi
- (b) Merencanakan pembuatan dokumentasi seperti; menentukan batas waktu (*deadlines*), membuat anggaran (*budget*), membuat rencana kerja (*action plan*), dan memonitor kinerja tim
- (c) Mengumpulkan informasi sekaligus mengidentifikasi akurasi sumbernya. Memilih informasi yang relevan dan akurat untuk didokumentasikan

- (d) Menganalisa data berdasarkan informasi yang telah diolah dan menjelaskan kecenderungan (trend) dari data tersebut
- (e) Membuat *draft* dokumentasi kegiatan CSR
- (f) Melakukan *review* dan finalisasi draft dokumentasi kegiatan CSR
- (g) Mempublikasi dan mendistribusikan dokumentasi kegiatan CSR
- (h) Mengumpulkan tanggapan sekaligus mendiskusikan dan mengevaluasi tanggapan dari para pemangku kepentingan tersebut; sebagai upaya perbaikan kegiatan CSR ke depan.

Berikut ini adalah merupakan salah satu contoh *outline* yang bisa digunakan perusahaan untuk menyusun dokumentasi kegiatan CSR bidang lingkungan:

- (a) Judul dan nama perusahaan
 - (b) Profil perusahaan: visi, misi dan struktur organisasi.
 - (c) Pendahuluan: Latar Belakang, tujuan kegiatan, hasil yang diharapkan, kegiatan yang akan dilakukan dan banyaknya penerima manfaat dari kegiatan CSR
 - (d) Pelaksanaan kegiatan CSR; uraian rinci pelaksanaan kegiatan CSR
 - (e) Evaluasi kegiatan CSR: kekuatan, kelemahan, hambatan, peluang dan hasil kegiatan (membandingkan antara sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan)
 - (f) Rekomendasi untuk perbaikan ke depan.
- 5) Keberlanjutan Pelaksanaan Kegiatan CSR Bidang Lingkungan

Untuk menjaga keberlanjutan kegiatan CSR, perusahaan dapat melakukan hal-hal di bawah ini:

- (a) Melaksanakan Sistem Manajemen Lingkungan
- (b) Membuat perencanaan perusahaan yang fleksibel terhadap perubahan lingkungan
- (c) Melakukan tindakan pencegahan terhadap dampak negatif bisnis perusahaan terhadap lingkungan
- (d) Melakukan keterbukaan dalam pendokumentasian
- (e) Melakukan peningkatan kinerja lingkungan secara terus-menerus
- (f) Mengadakan pelatihan-pelatihan terhadap karyawan atas kebijakan lingkungan perusahaan dan atas persoalan-persoalan terkini yang berkaitan dengan lingkungan hidup.
- (g) Memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan dan perbaikan kebijakan lingkungan
- (h) Melibatkan para pemangku kepentingan dalam proses assessment baik sebelum penentuan kebijakan manajemen lingkungan, maupun setelah pelaksanaannya untuk mengetahui dampak positif maupun negatif operasional perusahaan terhadap lingkungan.

f. Pengungkapan *Corporate social responsibility*

Ikhsan (2008:131) menerangkan bahwa kata pengungkapan (*disclosure*) memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Apabila dikaitkan dengan data, pengungkapan berarti memberikan data yang bermanfaat kepada pihak yang memerlukan. Jenis pengungkapan CSR ada yang bersifat wajib (*mandatory*) dan sukarela (*voluntary*).

Banyak pendapat yang mengatakan bahwa perusahaan mengungkapkan semua informasi yang diperlukan dalam rangka berjalannya fungsi pasar modal. Setelah diberlakukannya Undang-Undang No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, di Indonesia perusahaan yang menjalankan usahanya berkaitan atau di bidang sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Oleh karena itu perusahaan tersebut juga wajib melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungan.

g. Biaya-biaya Pelaksanaan CSR

Septiana dan Nur, (2012:74) memaparkan bahwa perusahaan yang didalamnya terjadi proses industri untuk mengolah bahan mentah menjadi barang jadi yang layak untuk dipasarkan. Disamping harus memperhatikan aktifitas produksi produk, perusahaan manufaktur juga harus memperhatikan dampak yang timbul dari proses produksi tersebut. Penanggulangan dampak ini biasanya ditunjukkan dengan tanggung jawab yang dilakukan pada lingkungan sosial perusahaan melalui serangkaian aktifitas program CSR yang dilakukan, dengan mengeluarkan sejumlah biaya untuk aktifitas tersebut.

Adapun biaya-biaya yang berkaitan dengan pelaksanaan CSR di perusahaan terdiri dari :

(1) Bina Lingkungan

Menurut Yusrianti & Chandra (2012:665), menyatakan :

“companies also should care to environment and sustainability of biodiversity. Some social responsibility program include greening the environment, provision clean water, improved housing, reduces waste production and processing wastes safe for the environment, and reduce carbon dioxide emissions or energy consumption”.

Perusahaan harus peduli kepada lingkungan dan keberlangsungan hidup dalam keragaman hidup. Program-program tanggung jawab sosial meliputi penghijauan lingkungan, penyediaan air bersih, perbaikan rumah, mengurangi produksi sampah dan mengurangi dampak pembuangan energi serta mengurangi buangan karbondioksida pada konsumsi energi.

Menurut Jones, dalam Septiana dan Nur (2012:74), seseorang atau lembaga dapat dinilai membuat keputusan atau bertindak etis bila:

- (a) Keputusan atau tindakan dilakukan berdasarkan nilai atau standar yang diterima dan berlaku pada lingkungan organisasi yang bersangkutan.
- (b) Bersedia mengkomunikasikan keputusan tersebut kepada seluruh pihak yang terkait.
- (c) Yakin orang lain akan setuju dengan keputusan tersebut atau keputusan tersebut mungkin diterima dengan alasan etis.

Program bina lingkungan merupakan bentuk kepedulian perusahaan pada lingkungan sekitarnya dan telah diatur dalam UU no 40 Perseroan Terbatas.

(2) Kemitraan

Wahyuutomo, dalam Yusrianti & Chandra (2012:664), menyatakan bahwa komitmen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dan kemampuan bisnis untuk menerapkan hak-hak dan kewajiban sosial kepada lingkungan merupakan kerangka untuk menciptakan kepedulian sosial dan kemitraan.

Kemitraan adalah upaya yang melibatkan berbagai sektor, kelompok masyarakat, lembaga pemerintah maupun bukan pemerintah, untuk bekerjasama dalam mencapai suatu tujuan bersama berdasarkan

keepakatan prinsip dan peran masing-masing. Dengan demikian untuk membangun kemitraan harus memenuhi beberapa persyaratan yaitu persamaan perhatian, saling percaya dan saling menghormati, harus saling menyadari pentingnya kemitraan, harus ada kesepakatan misi, visi, tujuan dan nilai yang sama, harus berpijak pada landasan yang sama, kesediaan untuk berkorban.

2. Profitabilitas Perusahaan

Menurut Hery (2015:226), rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Perusahaan adalah sebuah organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan, dengan cara menjual produk (barang dan/atau jasa) kepada para pelanggannya. Tujuan operasional dari sebagian besar perusahaan adalah untuk memaksimalkan profit, baik profit jangka pendek maupun profit jangka panjang. Manajemen dituntut untuk meningkatkan imbal hasil (*return*) bagi pemilik perusahaan, sekaligus juga meningkatkan kesejahteraan karyawan. Ini semua hanya dapat terjadi apabila perusahaan memperoleh laba dalam aktivitas bisnisnya.

Rasio profitabilitas dikenal juga sebagai rasio rentabilitas. Di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang

dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal. Rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur tingkat efektivitas kinerja manajemen. Kinerja yang baik akan ditunjukkan lewat keberhasilan manajemen dalam menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan.

Pengukuran rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada di dalam laporan laba-rugi dan/atau neraca. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode. Tujuannya adalah untuk memonitor dan mengevaluasi tingkat perkembangan profitabilitas perusahaan dari waktu ke waktu. Analisis rasio keuangan secara berkala memungkinkan bagi manajemen untuk secara efektif menetapkan langkah-langkah perbaikan dan efisiensi. Selain itu, perbandingan juga dapat dilakukan terhadap target yang telah ditetapkan sebelumnya, atau bisa juga dibandingkan dengan standar rasio rata-rata industri.

a. Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Menurut Hery (2015:227), rasio profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan. Dalam praktiknya, ada banyak manfaat yang dapat diperoleh dari rasio profitabilitas, baik bagi pihak pemilik perusahaan, manajemen perusahaan, maupun para pemangku kepentingan lainnya yang terkait dengan perusahaan.

Berikut adalah tujuan dan manfaat rasio profitabilitas secara keseluruhan sebagai berikut :

- 1) Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
- 2) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- 3) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.
- 5) Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
- 6) Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.
- 7) Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
- 8) Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih.

b. Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Biasanya, penggunaan rasio profitabilitas disesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja dari jenis rasio profitabilitas yang ada. Penggunaan rasio secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio saja yang memang dianggap perlu untuk diketahui. Hery (2015:228) mengungkapkan bahwa jenis-jenis rasio profitabilitas yang lazim digunakan dalam praktik untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba adalah:

1) Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Assets*)

Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata

lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset.

Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas aset:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \dots\dots\dots (1)$$

2) Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*)

Hasil pengembalian atas ekuitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap ekuitas.

Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas ekuitas:

$$\text{Hasil pengembalian atas ekuitas, ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots (2)$$

3) **Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)**

Margin laba kotor merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba kotor terhadap penjualan bersih. Laba kotor sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Yang dimaksud dengan penjualan bersih di sini adalah penjualan (tunai maupun kredit) dikurangi retur dan penyesuaian harga jual serta potongan penjualan.

Semakin tinggi margin laba kotor berarti semakin tinggi pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya harga jual dan/ atau rendahnya harga pokok penjualan. Sebaliknya, semakin rendah margin laba kotor berarti semakin rendah pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya harga jual dan/atau tingginya harga pokok penjualan.

$$\text{Margin Laba Kotor, GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}} \dots\dots\dots (3)$$

4) **Margin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*)**

Margin laba operasional merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih. Laba

operasional sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba kotor dengan beban operasional. Beban operasional di sini terdiri atas beban penjualan maupun beban umum dan administrasi. Semakin tinggi margin laba operasional berarti semakin tinggi pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba kotor dan/atau rendahnya beban operasional. Sebaliknya, semakin rendah margin laba operasional berarti semakin rendah pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba kotor dan/ atau tingginya beban operasional.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba operasional:

$$\text{Margin Laba Operasional, OPM} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}} \dots\dots\dots (4)$$

5) Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Margin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Laba bersih sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan. Yang dimaksud dengan laba sebelum pajak penghasilan di sini adalah laba operasional ditambah pendapatan dan keuntungan lain-lain, lalu dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lain.

Semakin tinggi margin laba bersih berarti semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba sebelum pajak penghasilan. Sebaliknya, semakin rendah margin

laba bersih berarti semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba sebelum pajak penghasilan.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba bersih:

$$\text{Margin Laba Bersih, NPM} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}} \dots\dots\dots (5)$$

6) *Return on Investment (ROI)*

Menurut Husnan, dalam Kennedy, dkk (2009:98) ROI menunjukkan seberapa banyak laba bersih yang bisa diperoleh dari seluruh kekayaan yang dimiliki perusahaan. Penjelasan ini menekankan bahwa ROI merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan profit.

Perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang besar akan mendorong minat investor untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut karena investor menganggap bahwa perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang besar akan memberikan return atau dividen yang besar pula baginya sehingga dapat meningkatkan kekayaan investor atau pemilik modal tersebut. Jadi, ROI merupakan suatu alat yang bisa digunakan untuk menilai kinerja perusahaan karena besar atau kecilnya nilai ROI akan menggambarkan sebesar apa suatu perusahaan bisa menghasilkan laba.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung pengembalian investasi:

$$\text{Pengembalian Investasi, ROI} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \dots\dots (6)$$

B. Penelitian Terdahulu

1. Septiana dan Nur (2012)

Septiana dan Nur (2012:71-84) meneliti tentang "Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang *Listing* di BEI 2007 - 2009. Penelitian dilakukan dengan mengambil obyek sebanyak 38 buah perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Periode pengamatan data difokuskan pada data tahun 2007 sampai dengan tahun 2009.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Biaya kesejahteraan karyawan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap ROA dan mendukung sebagian hipotesis pertama (*partially supported*), Biaya bina lingkungan berpengaruh positif secara signifikan terhadap ROA dan mendukung sepenuhnya hipotesis kedua, Biaya kemitraan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap ROA serta sepenuhnya tidak mendukung hipotesis ketiga. Hasil dari Uji F (Simultan) menunjukkan bahwa secara bersama-sama biaya kesejahteraan karyawan, biaya bina lingkungan dan biaya kemitraan berpengaruh signifikan terhadap ROA selama periode penelitian.

2. Aryanto, Tony (2014)

Penelitian yang menyerupai penelitian ini juga sudah dilakukan oleh Aryanto, Tony (2014:1-67) dengan judul "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas : Studi Pada Perusahaan

Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Variabel bebas pada penelitian tersebut yaitu pengungkapan CSR dan variabel tergantug adalah profitabilitas yang diwakili oleh *return on investment* (ROI).

Penelitian tersebut merupakan penelitian kausal yaitu penelitian yang berusaha menentukan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Populasi pada penelitian tersebut yaitu seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan teknik purposive sampling sehingga didapatkan sampel sebanyak 30 perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia. Data penelitian ditentukan pada periode 2012-2013. Teknik analisa data yang dipergunakan yaitu analisis regresi linier sederhana.

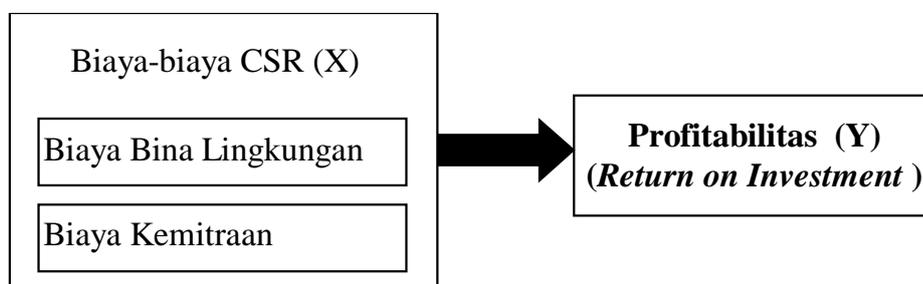
Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Berdasarkan perhitungan analisis regresi sederhana diperoleh hasil bahwa setiap peningkatan pengungkapan corporate social responsibility (X) akan mengakibatkan kenaikan profitabilitas (Y) sehingga terdapat pengaruh positif antara pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *return on investment* (ROI) pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Persamaan penelitian Septiana dan Nur (2012:71-84) dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti obyek yang sama yaitu perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sama-sama menggunakan biaya-biaya dalam penerapan CSR. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini, yaitu penelitian terdahulu berfokus pada seluruh perusahaan manufaktur

sedangkan penelitian ini memfokuskan obyek penelitian pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Aryanto, Tony (2014:1-67) tersebut yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas dan variabel tergantung yang sama. Data penelitian juga sama-sama merupakan data sekunder yang diperoleh dari bursa efek Indonesia, dan sama-sama menggabungkan seluruh biaya CSR menjadi satu variabel. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut yaitu penelitian ini mengobservasi perusahaan bergerak dalam bidang pertambangan sedangkan penelitian terdahulu meneliti perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur.

C. Kerangka Konseptual



(diolah peneliti, 2015)

Gambar 2.2
KERANGKA KONSEP

D. Hipotesis

Berdasarkan diuraikan di atas hasil penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Biaya CSR berpengaruh signifikan terhadap *Return On Investment* (ROI) pada perusahaan pertambangan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia.