

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

Landasan teori yang dapat mendukung berkaitan masalah yang sedang diteliti dalam penelitian ini yaitu:

##### **1. Teori *Stakeholder***

*Stakeholder* adalah kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi dan atau dipengaruhi oleh suatu pencapaian tujuan tertentu (Freeman dalam Lesmana dan Tarigan, 2014). Teori *stakeholder* ini mengasumsikan bahwa suatu eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*-nya, artinya semakin banyak pemangku kepentingan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut semakin baik dimata para pemangku kepentingan. Teori ini menjelaskan kepada pihak mana saja suatu perusahaan bertanggungjawab. Sehingga dengan adanya teori ini maka arah dan tujuan perusahaan bukan lagi sebatas bagaimana suatu perusahaan menghimpun kekayaan namun juga kepada pencapaian pembangunan yang berkelanjutan (*sustainability development*) yang dilaporkan pada sebuah laporan berkelanjutan (*sustainability report*).

Salah satu strategi untuk menjaga hubungan antara *stakeholder* dan *shareholder* perusahaan adalah dengan mengungkapkan *sustainability report* yang menginformasikan perihal kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungannya sekaligus kepada seluruh pemangku kepentingan perusahaan.

Dengan pengungkapan ini, diharapkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan serta dapat mengelola *stakeholder* agar mendapatkan dukungan oleh para *stakeholder* yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan.

Menurut Gray, dkk dalam Chariri (2008), mengatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya.

Pengungkapan *sustainability reporting* diharapkan dapat memenuhi keinginan dari *stakeholder* sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya* sehingga perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

## **2. Teori Legitimasi**

Legitimasi merupakan instrumen sebuah perusahaan yang didapat dari pengakuan masyarakat. Dengan kata lain perusahaan harus memiliki izin beroperasi dari masyarakat, dengan perusahaan tidak melakukan kegiatan yang bertanggungjawab dan tidak menyebabkan polusi maupun pencemaran lingkungan bagi masyarakat. Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk menyakinkan bahwa kegiatan

organisasi tersebut sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat di sekitar organisasi itu berada (Amalia, 2013). Dalam teori ini perusahaan melakukan kegiatan juga sesuai dengan aturan yang berlaku, jadi perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab terhadap lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat sekitar perusahaan berada.

Menurut Moir dalam Widiyanto (2011), berpendapat bahwa organisasi dapat menggunakan empat strategi legitimasi ketika organisasi menemui ancaman legitimasi, yaitu dengan:

- a. Mendidik dan menginformasikan para *stakeholder* tentang tujuan atau maksud organisasi untuk meningkatkan kinerjanya;
- b. Mengubah persepsi organisasi, tanpa mengubah kinerja aktual organisasi;
- c. Mengalihkan atau memanipulasi perhatian dari isu-isu penting ke isu-isu lain yang berhubungan; atau
- d. Mengubah ekspektasi eksternal tentang kinerja organisasi.

Perusahaan perlu mengevaluasi nilai sosialnya dan menyesuaikannya dengan nilai-nilai sosial yang ada atau persepsi terhadap perusahaan sebagai taktik legitimasi.

Legitimasi penting bagi perusahaan, karena merupakan timbal balik dan penilaian dari masyarakat atas kelangsungan kegiatan perusahaan. *Stakeholder* dapat menemukan informasi dalam legitimasi menyakup

ekonomi, lingkungan, dan sosial seperti *sustainability reporting* merupakan salah satu media yang efektif yang diperoleh dari masyarakat.

Menurut Deegan dalam Anggraini (2011), dalam usaha memperoleh legitimasi, perusahaan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pelaporan dan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan melalui pelaporan sosial dan lingkungan yang dipublikasikan. Teori legitimasi menegaskan bahwa untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat atas kegiatan yang dilakukan, maka perusahaan harus menjalankan kegiatannya sesuai dengan norma dan nilai-nilai yang berlaku di lingkungan sekitar.

### **3. Profitabilitas Perusahaan**

Profitabilitas merupakan kemampuan mendapatkan laba pada periode tertentu. Setiap perusahaan yang didirikan tujuan utamanya yaitu menghasilkan laba dan menyejahterakan bagi pemilik perusahaan. Laba akan menjadi salah satu ukuran kinerja perusahaan. Penilaian profitabilitas dapat dilihat dari laporan laba rugi dan neraca pada suatu periode. Dengan kedua laporan keuangan tersebut dapat dianalisis suatu pengembalian atas aset yang telah digunakan. Sehingga manajemen atau investor dapat melihat keadaan pada suatu perusahaan pada periode tertentu.

Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan. Rasio profitabilitas mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk

dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan (*profit*) maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar.

Menurut Petronila dan Muklasin (2002) dalam Wahidawati (2003) dalam Kusumadilaga (2010), profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Kemudian Wahidawati dalam Kusumadilaga (2010), juga mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio realibitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar *dividennya*. Para manajer tidak hanya mendapatkan *dividen*, tetapi juga akan memperoleh *power* yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Dengan demikian semakin besar (*dividend payment*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *powernya* bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan *dividen* sebagai keuntungan yang tinggi. Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam mengambil keputusan investasinya.

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan,

terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset* (ROA). ROA menunjukkan perbandingan antara keuntungan dengan jumlah aset pada suatu keuntungan. ROA dapat menunjukkan tingkat pengembalian dari manfaat sejumlah aset yang dimiliki perusahaan dengan penghasilan mencapai keuntungan periode tertentu. Pengukuran profitabilitas merupakan aktivitas yang membuat manajemen menjadi lebih bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada pemegang saham menurut Rosmasita dalam Widiyanto (2011). Dalam menentukan kegiatan perusahaan manajemen harus melihat beberapa aspek yang mana perusahaan mendapatkan keuntungan maupun kerugian pada suatu kegiatan perusahaan dimasa akan datang. Manajemen harus menyakinkan para pemegang saham tetap berinvestasi pada perusahaan, karena pada profitabilitas para pemegang saham melihat keuntungan yang diterima dalam bentuk *dividen*.

#### **4. Karakteristik Perusahaan**

Menurut Arthana (2013), karakteristik perusahaan merupakan ciri-ciri khusus perusahaan yang membedakannya dari perusahaan lain. Karakteristik perusahaan yang berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan

sangat banyak, sehingga dalam karakteristik perusahaan diproksikan kedalam variabel-variabel, yaitu antara lain : *sustainability reporting*, *leverage*, ukuran perusahaan, kinerja keuangan, kinerja sosial, dan kinerja lingkungan.

Adapun penjabaran dari proksi variabel-variabel yang diduga mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan adalah sebagai berikut :

a. *Sustainability Reporting*

*Sustainability reporting* adalah praktik pengukuran, pengungkapan, dan akuntabilitas kepada *stakeholder* baik internal maupun eksternal mengenai kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) (Gunawan dan Mayangsari, 2015). *Sustainability reporting* ini berkaitan erat dengan hubungan tanggungjawab sosial perusahaan yang sifatnya masih sukarela di Indonesia. Perusahaan tidak berfokus pada kesejahteraan manajemen dan pemilik modal lagi, namun perusahaan dituntut juga untuk lebih menyejahterakan karyawan, masyarakat setempat, serta lingkungan disekitar perusahaan. Sehingga laporan berkelanjutan ini muncul sebagai aksi untuk perusahaan melaporkan kegiatannya dalam perusahaan dan dijadikan sebagai salah satu usaha untuk menarik para investor.

*Sustainability reporting* perusahaan di Indonesia telah didukung dengan berdirinya Badan Nasional yaitu NCSR (*National Center for Sustainability Reporting*). NCSR ini merupakan organisasi pendiri *Indonesian Sustainability Reporting Award (ISRA)* yang merupakan suatu

penghargaan bagi perusahaan-perusahaan yang melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan telah mengungkapkannya dengan benar dan transparan pada *sustainability reporting* perusahaan.

Pengungkapan *sustainability reporting* harus menerapkan prinsip sesuai standar GRI-G4. Prinsip menurut GRI-G4 *Guidelines* terdiri dari:

#### 1) Keseimbangan

Laporan harus mencerminkan aspek-aspek positif dan negatif dari kinerja organisasi untuk memungkinkan dilakukan asesmen yang beralasan atas dasar kinerja organisasi secara keseluruhan. Keseluruhan penyajian konten harus memberikan gambaran objektif tentang kinerja organisasi. Laporan harus menghindari format pemilihan, penghilangan, atau penyajian yang terlalu berlebihan atau tidak tepat dalam mempengaruhi keputusan atau asesmen dari pembaca laporan.

#### 2) Komparabilitas

Organisasi harus memilih, mengumpulkan, dan melaporkan informasi secara konsisten. Informasi yang dilaporkan harus disajikan dengan cara yang memungkinkan para pemangku kepentingan menganalisis perubahan kinerja organisasi dari waktu ke waktu, dan yang dapat mendukung analisis relatif terhadap organisasi lain. Komparabilitas diperlukan untuk mengevaluasi kinerja. Pemangku kepentingan yang menggunakan laporan harus dapat membandingkan informasi yang dilaporkan mengenai kinerja ekonomi, lingkungan, dan



sosial terhadap kinerja organisasi di masa lalu, terhadap tujuan organisasi, dan pada tingkat yang memungkinkan, terhadap kinerja organisasi lain.

### 3) Akurasi

Informasi yang dilaporkan harus cukup akurat dan terperinci bagi para pemangku kepentingan untuk dapat menilai kinerja organisasi. Respon atas DMA dan Indikator ekonomi, lingkungan, dan sosial dapat disampaikan melalui berbagai cara, mulai dari tanggapan kualitatif sampai pengukuran kuantitatif yang detail. Karakteristik yang menentukan keakuratan bervariasi sesuai dengan sifat informasi dan pengguna informasi.

### 4) Ketepatan Waktu

Organisasi harus membuat laporan dengan jadwal yang teratur sehingga informasi tersedia tepat waktu bagi para pemangku kepentingan untuk membuat keputusan yang tepat. Manfaat informasi terkait erat dengan kapan informasi tersebut disajikan kepada para pemangku kepentingan sehingga mereka dapat mengintegrasikannya secara efektif dalam pengambilan keputusan. Waktu penerbitan mengacu pada keteraturan pelaporan serta kedekatannya dengan peristiwa aktual yang dijelaskan dalam laporan.

#### 5) Kejelasan

Organisasi harus membuat informasi tersedia dengan cara yang dapat dimengerti dan dapat diakses oleh pemangku kepentingan yang menggunakan laporan. Informasi harus disajikan dengan cara yang dapat dipahami oleh para pemangku kepentingan yang memiliki pemahaman yang wajar mengenai organisasi dan aktivitasnya.

#### 6) Keandalan

Organisasi harus mengumpulkan, mencatat, menyusun, menganalisis, dan mengungkapkan informasi serta proses yang digunakan untuk menyiapkan laporan agar dapat diuji, dan hal itu akan menentukan kualitas serta materialitas informasi. Para pemangku kepentingan harus memiliki keyakinan bahwa laporan dapat diuji untuk dapat menetapkan kebenaran isinya dan sejauh mana Prinsip-prinsip Pelaporan telah diterapkan dengan benar.

Adapun pengungkapan standar dalam *sustainability reporting* menurut GRI-G4 *Guidelines* terdiri dari strategi dan analisis, profil perusahaan, aspek material dan *boundary* teridentifikasi, profil laporan, tata kelola, etika dan integritas, pengungkapan pendekatan manajemen, ekonomi, lingkungan, praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, sosial, dan tanggung jawab produk. Penggunaan *sustainability reporting* antara lain, masyarakat, organisasi, investor, bank, institusi pemerintah, manajemen, dan untuk pendidikan.

## b. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan menjadi yang utama, secara mayoritas para *stakeholder* tentu ingin tahu betul mengenai hal tersebut sebagai dasar dalam pengambilan keputusan (Sari, 2013). Menurut Ross (2003), kinerja keuangan perusahaan tercermin dalam laporan keuangan yang mana dapat dilihat hasilnya dalam tahun tertentu ataupun dijadikan perbandingan dengan tahun-tahun sebelumnya sehingga dapat dilihat perkembangannya atau penurunan yang terjadi dari tahun ke tahun serta berapa selisihnya untuk mengetahui konsisten tidaknya perusahaan tersebut. Adanya pengukuran melalui rasio-rasio keuangan adalah untuk menghindari permasalahan dalam membandingkan perusahaan-perusahaan yang berbeda dari sisi ukuran. Rasio keuangan juga berguna untuk menunjukkan perbandingan dan investigasi di dalam informasi keuangan.

Menurut Mulyadi (2001), bahwa “Penilaian kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya”. Cara untuk menilai kondisi keuangan dan prestasi perusahaan, analisis keuangan memerlukan beberapa tolak ukur. Tolak ukur yang sering dipakai adalah rasio atau indeks, yang menghubungkan dua data keuangan yang satu dengan yang lainnya. Analisis dan intepretasi dari macam-macam rasio dapat memberikan pandangan yang lebih baik tentang kondisi keuangan dan prestasi

perusahaan dibandingkan analisis yang hanya didasarkan atas data keuangan sendiri-sendiri yang tidak berbentuk rasio.

Kinerja keuangan yang baik dapat dijadikan salah satu pedoman bagi investor sebagai dasar analisis investasinya. Melalui analisis rasio profitabilitas yang dapat menunjukkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan investasi oleh perusahaan dan kemampuannya dalam menghasilkan laba. Rasio profitabilitas yaitu rasio-rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu (Hanafi, 2005).

#### c. Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar (Rakhmawati, 2012). Sedangkan Suratno dkk (2006), berpendapat bahwa kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik. Kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan mengikuti Program Penilaian Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan hidup (PROPER). Program ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan hidup.

Menurut Ja'far dan Arifah (2006), menjelaskan ada beberapa faktor yang mendorong perusahaan melakukan manajemen lingkungan diantaranya yaitu :

- 1) *Regulatory demand*, tanggungjawab terhadap lingkungan muncul sejak 30 tahun terakhir. Setelah masyarakat meningkatkan tekanannya kepada pemerintah untuk menetapkan peraturan sebagai dampak meluasnya polusi. Sistem pengawasan manajemen lingkungan menjadi dasar untuk skor lingkungan, seperti program-program kesehatan dan keamanan lingkungan.
- 2) *Cost factory*, adanya komplain-komplain terhadap produk-produk perusahaan akan membawa konsekuensi munculnya biaya pengawasan kualitas yang tinggi, karena semua aktivitas yang terlibat dalam proses produksi perlu dipersiapkan dengan baik. Konsekuensi perusahaan untuk mengurangi polusi juga berdampak pada munculnya berbagai biaya seperti biaya pengelolaan limbah, penggunaan mesin yang *clean technology*, dan biaya kebersihan.
- 3) *Competitive requirement*, semakin berkembangnya pasar global dan munculnya berbagai kesepakatan perdagangan sangat berpengaruh pada munculnya gerakan standarisasi manajemen kualitas lingkungan. Persaingan internasional maupun nasional telah menuntut perusahaan untuk mendapatkan jaminan di bidang kualitas.

#### d. Kinerja Sosial

Sesuai dengan mandat FASB no. 1 yaitu Laporan Keuangan harus berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan, maka laporan keuangan harus dapat membantu investor dan kreditur untuk

menginterpretasikan keadaan perusahaan. Manajer dapat memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada investor guna meningkatkan nilai saham perusahaan. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui ungkapan informasi akuntansi. Informasi yang diungkapkan dalam laporan keuangan perusahaan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu ungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan ungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Ungkapan laporan keuangan bermanfaat memberi *guide*, fasilitas untuk para investor dan pengguna dalam membuat keputusan ekonomi supaya terarah sehingga dapat memperoleh keuntungan dari investasi yang dilakukannya. Meskipun semua perusahaan publik diwajibkan untuk memenuhi ungkapan minimum, mereka berbeda secara substansial dalam jumlah tambahan informasi yang mereka ungkap kepada pasar modal (Siti dalam Yulfaida, 2012).

Untuk memenuhi mandat FASB no. 1 yang telah berganti menjadi FASB no. 8, dunia internasional pada 2010 mengeluarkan sebuah standar mengenai tanggungjawab sosial seharusnya dilaksanakan, yaitu ISO 26000. Dengan adanya ISO 26000 akan memudahkan bagi perusahaan untuk menetapkan kriteria pengungkapan sosial perusahaan tersebut. Ada 7 subjek inti ISO 26000 yang dijelaskan oleh CSR Indonesia, yaitu :

### 1) Tata Kelola Organisasi

Yang dapat didefinisikan tata kelola organisasi adalah sistem yang dibuat dan dijelaskan oleh sebuah organisasi dalam mencapai tujuannya.

### 2) Hak-hak Asasi Manusia

Hak asasi itu berarti bersifat *inherent*, *inalienable* (tidak dapat dicabut), *universal*, *indivisible* (tidak dapat dibagi-bagi), *interdependent* (keterkaitan).

### 3) Praktik Ketenagakerjaan

Ada kalanya hubungan pengusaha dengan pekerja dipandang tidak seimbang. Kadang pengusaha terlalu mendominasi dunia, manakala pencari kerja lebih tinggi jumlahnya dibanding dengan lowongan kerja yang tersedia. Di samping itu, upah yang disediakan pun tergolong rendah. Dalam masalah ini, seharusnya pemerintah ikut berperan untuk menyelesaikan permasalahan itu. Untuk itu disediakan 5 indikator, antara lain :

- a) Kerja dan hubungan ketenagakerjaan
- b) Kondisi kerja dan jaminan sosial
- c) Dialog ketenagakerjaan
- d) Kesehatan dan keselamatan kerja

e) Pengembangan sumber daya manusia dan pelatihan

#### 4) Lingkungan

Selain dari segi sosial, lingkungan juga mempunyai dampak yang lumayan parah. Pada subjek ini, perusahaan berusaha untuk mengeksplorasi lingkungan sebanyak-banyaknya tanpa memperdulikan dampak yang ada. Oleh karena itu subjek ini menyediakan 4 indikator, antara lain :

a) Pencegahan polusi

b) Penggunaan sumber daya yang berkelanjutan

c) Mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim

d) Proteksi lingkungan dan keragaman hayati dan restorasi habitat

#### 5) Praktik Operasi yang Adil

Praktik operasi yang adil pada dasarnya menunjuk pada etika organisasi dalam berhubungan dengan organisasi lainnya. Selain itu, ketaatan, promosi, dan dorongan dari berbagai pihak juga mendasari keseluruhan praktik operasi yang adil.

#### 6) Isu-isu Konsumen

Pada dasarnya perusahaan yang membuat atau menyediakan barang atau jasa harus bertanggung jawab terhadap konsumen dan pelanggannya. Kemudian perusahaan juga harus bertanggung jawab



termasuk pada mengedukasi dan memberi informasi yang tepat, akurat dan transparan.

#### 7) Pelibatan dan Pengembangan Masyarakat

Menempatkan diri adalah bagian yang tidak dapat terpisahkan dari suatu komunitas. Tujuannya untuk mengetahui dan menghormati hak-hak komunitas, mengetahui karakteristik, dan sejarah dalam berkomunikasi dengan organisasi, serta untuk mengetahui “nilai kerja” di dalam kemitraan, dukungan dan pertukaran pengalaman, sumber daya, dan usaha bersama.

#### e. *Leverage*

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Setiap pos utang ada biaya utang bunga, dalam jangka pendek, menengah, dan panjang. Semakin lama pembayaran atas utang maka biaya bunga atas utang yang ditanggung perusahaan semakin besar. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi berarti sangat tergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Dengan demikian, tingkat *leverage* perusahaan, menggambarkan risiko keuangan perusahaan (Rismanda dalam Widiyanto, 2011).

Semakin tinggi rasio utang, semakin besar risiko keuangannya. Dengan terjadinya peningkatan risiko adalah kemungkinan terjadinya default karena perusahaan terlalu banyak melakukan pendanaan aktiva dari hutang. Dengan adanya risiko gagal bayar, maka biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengatasi masalah ini semakin besar.

f. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan biasanya dilihat dari jumlah aset yang dimiliki suatu perusahaan. Pengukuran perusahaan digunakan untuk menentukan perusahaan besar atau perusahaan kecil. Semakin besar perusahaan maka semakin banyak mempunyai jumlah aset. Bertambah banyak total aset yang dimiliki suatu perusahaan maka nilai perusahaan akan mengikuti naik. Adanya peningkatan jumlah aset dan peningkatan pada laba perusahaan menambah kepercayaan dari pihak eksternal. Dengan meningkatnya kepercayaan pihak eksternal terhadap perusahaan, memungkinkan pihak kreditur tertarik menanamkan dananya ke perusahaan.

Menurut Hadri Kusuma dalam Nugroho (2011), ada tiga teori yang secara implisit menjelaskan hubungan antara ukuran perusahaan dan tingkat keuntungan, antara lain:

- 1) Teori teknologi, yang menekankan pada modal fisik, *economies of scale*, dan lingkup sebagai faktor-faktor yang menentukan besarnya

ukuran perusahaan yang optimal serta pengaruhnya terhadap profitabilitas.

- 2) Teori organisasi, menjelaskan hubungan profitabilitas dengan ukuran perusahaan yang dikaitkan dengan biaya transaksi organisasi, didalamnya terdapat teori *critical resources*.
- 3) Teori institusional mengaitkan ukuran perusahaan dengan faktor-faktor seperti sistem perundang-undangan, peraturan *anti-trust*, perlindungan patent, ukuran pasar dan perkembangan pasar keuangan.

## B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini akan dikemukakan penelitian terdahulu yang dapat dilihat pada tabel 2.1 dibawah ini :

**TABEL 2.1**

### **Penelitian Terdahulu**

Peneliti dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Susanto dan Tarigan (2013) Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Profitabilitas Perusahaan	Variabel Dependen : Profitabilitas Perusahaan  Variabel Independen: Kinerja ekonomi, lingkungan, hak	Kinerja ekonomi, lingkungan, hak asasi manusia, praktek tenaga kerja dan pekerjaan layak berpengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan  Kinerja sosial dan tanggung jawab produk berpengaruh

	asasi manusia, praktek tenaga kerja dan pekerjaan layak, sosial, dan tanggung jawab produk.	positif terhadap profitabilitas perusahaan.
Adhima (2013) Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> Terhadap Profitabilitas Perusahaan	Variabel Dependen : Profitabilitas Perusahaan Variabel Independen: Pengungkapan <i>Sustainability Reporting</i>	<i>Sustainability Reporting</i> berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan
Nugroho (2011) Analisis Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Profitabilitas Perusahaan	Variabel Dependen : Profitabilitas Perusahaan Variabel Independen: Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Leverage	Likuiditas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan Perputaran modal kerja berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan
Wibowo dan Wartini (2012) Efisiensi Modal kerja, Likuiditas, Leverage	Variabel Dependen : Profitabilitas Perusahaan	Efisiensi modal berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan

Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur di BEI	Variabel Independen: Efisiensi Modal, Likuiditas, Leverage	Likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan
Natalia dan Tarigan (2014) Pengaruh <i>Sustainability Reporting</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Publik dari sisi Profitabilitas Ratio	Variabel Dependen : Profitabilitas Perusahaan Variabel Independen: <i>Sustainability Report</i> yang terbagi atas indikator kinerja ekonomi, kinerja sosial, dan kinerja lingkungan	Kinerja ekonomi berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan Kinerja sosial berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan Kinerja lingkungan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan

### C. Penurunan Hipotesis

#### a. Kinerja Keuangan dan Profitabilitas perusahaan

Sebuah penelitian oleh National Geographic dan perusahaan polling internasional GlobeScan baru-baru ini mengenai pola konsumsi berkelanjutan di 14 negara menyatakan bahwa dengan adanya kesadaran masyarakat jaman sekarang akan produk yang tidak merusak lingkungan dan peduli sosial maka muncul peluang bagi perusahaan, dengan mengungkapkan *sustainability report* dengan aspek ekonomi, perusahaan terdorong untuk memproduksi produk-produk yang peduli lingkungan dan sosial. Sehingga produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat, yang akan meningkatkan image perusahaan

lewat nilai perusahaan yang akan juga semakin meningkat diikuti juga dengan meningkatnya profitabilitas.

Hal ini didukung oleh Cahyandito (2009) yang mengungkapkan bahwa kinerja ekonomi dalam *sustainability report* perusahaan akan meningkatkan transparansi perusahaan yang akan meningkatkan pula kepercayaan stakeholder dan investor sehingga akan meningkatkan pula nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menegaskan kembali hasil penelitian.

H<sub>1</sub>: Pengungkapan kinerja ekonomi berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan

#### b. Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas Perusahaan

Dimensi lingkungan berkelanjutan adalah dampak yang dihasilkan melalui aktifitas produksi perusahaan terhadap lingkungan yang meliputi bahan yang digunakan, energi dan konsumsinya, ekosistem, tanah, udara dan air dan konsumsinya, pembuangan emisi pelepasan limbah (cair, padat, gas), transport. Adanya kasus terkait dengan lingkungan yang dialami oleh beberapa perusahaan saat ini juga menjadi salah satu pemicu dari tuntutan para *stakeholder* seperti kasus Lapindo Brantas yang merupakan sumber terjadinya banjir lumpur di kawasan Sidoarjo (Sari, 2013). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholdernya* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholdernya* (Chariri dan Ghazali, 2007). Maka dari itu perlunya diungkapkan *sustainability report* untuk menjawab tuntutan dari para *stakeholder*. Sehingga *stakeholder* dapat mengetahui kinerja

perusahaan yang peduli akan lingkungan dan dapat memberikan respon positif dengan memberikan pendanaan bagi perusahaan yang akan digunakan untuk meningkatkan produksi dan penjualan sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Nurdin dan Cahyandito (2006) juga menunjukkan adanya hubungan antara laporan kinerja lingkungan terhadap harga saham dan return saham. Hal ini memberikan penjelasan bahwa kinerja lingkungan perusahaan memberikan akibat pada kinerja finansial perusahaan yang tercermin pada tingkat return tahunan perusahaan yang meningkat yang dibandingkan dengan return industri yang tentunya akan berdampak pada image perusahaan yang tercermin melalui nilai perusahaan dimana dapat berpengaruh juga terhadap profitabilitas perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menegaskan kembali hasil penelitian tersebut.

H<sub>2</sub>: Pengungkapan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan

c. Kinerja Sosial dan Profitabilitas Perusahaan

Dimensi Sosial dalam *sustainability report* menyangkut dampak organisasi terhadap masyarakat dimana mereka beroperasi, dan menjelaskan risiko dari interaksi dengan institusi sosial lainnya yang mereka kelola. Kepedulian perusahaan dalam mengantisipasi isu-isu terkait masyarakat seperti komunitas, korupsi, kebijakan publik, anti kompetitif seperti anti-trust dan monopoli. Dimensi sosial ini dibagi dalam empat aspek, yaitu hak asasi

manusia, masyarakat, tanggungjawab produk dan tenaga kerja dan pekerjaan layak.

Menurut penelitian Guthrie dan Parker (1989, dalam Chariri, 2008) menyatakan bahwa dengan melakukan praktik pengungkapan kinerja sosial adalah untuk tujuan memperoleh legitimasi sebagai respon atas tekanan publik. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat (legitimasi) maka diharapkan akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dan mempengaruhi penjualan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan (Soelistyoningrum, 2011).

H<sub>3</sub>: Pengungkapan kinerja sosial berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

#### d. *Leverage* dan Profitabilitas Perusahaan

Untuk menjalankan perusahaan, maka manajer perusahaan membutuhkan sumber dana. Sumber dana dapat diperoleh dari dalam perusahaan atau dari luar perusahaan. Dana yang bersumber dari dalam perusahaan antara lain adalah laba ditahan dan cadangan. Sedangkan dana yang bersumber dari luar perusahaan berupa hutang atau pinjaman modal dari pemilik. Dalam mempertimbangkan penggunaan dana yang berasal dari hutang perlu memperhatikan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban tetapnya. Semakin besar jumlah hutang dan semakin pendek jangka waktu pelunasannya maka semakin besar beban tetap perusahaan. Selain itu perlu diperhatikan antara manfaat yang diperoleh dengan



pengorbanan yang diambil sehingga penggunaan hutang bisa meningkatkan nilai perusahaan dan akhirnya akan meningkatkan profitabilitas perusahaan.

*Leverage* berperan dalam pendanaan perusahaan dapat meringankan perusahaan mendapatkan modal tambahan. Perusahaan dalam memenuhi kebutuhan kegiatan perusahaan bisa dari modal pemilik atau dari utang dari pihak luar perusahaan. Dengan adanya utang dapat meningkatkan dari sisi aset dengan didukung oleh pendanaan utang. Penelitian ini sesuai dengan *trade off theory* yang menyatakan bahwa tingginya proporsi utang akan meningkatkan profitabilitas dan harga saham, namun pada titik tertentu menunjukkan bahwa semakin besar biaya yang harus ditanggung perusahaan untuk memenuhi kewajiban yang dimilikinya.

Rasio *leverage* (utang) menekankan pada peran penting pendanaan utang bagi perusahaan dengan menunjukkan persentase aktiva perusahaan yang didukung oleh pendanaan utang. Berdasarkan *Pecking Order Theory*, semakin besar rasio ini, menunjukkan bahwa semakin besar biaya yang harus ditanggung perusahaan untuk memenuhi kewajiban yang dimilikinya. Hal ini dapat menurunkan profitabilitas yang dimiliki perusahaan.

Dalam hasil penelitian terdahulu penelitiannya yang dilakukan oleh Falope dan Ajilore (2009), yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Berdasarkan kerangka berpikir dalam penelitian ini, dapat dinyatakan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>4</sub>: *Leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

e. Ukuran perusahaan dan Profitabilitas Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghadapi ketidakpastian. Perusahaan dengan ukuran besar relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan kecil dan perusahaan dengan ukuran kecil umumnya mempunyai tingkat efisiensi yang rendah dan *leverage* finansial yang lebih tinggi. Investor yang bersikap hati-hati (*risk adverse*) cenderung melakukan investasi saham pada perusahaan besar karena mempunyai tingkat risiko lebih kecil dibandingkan risiko pada perusahaan kecil.

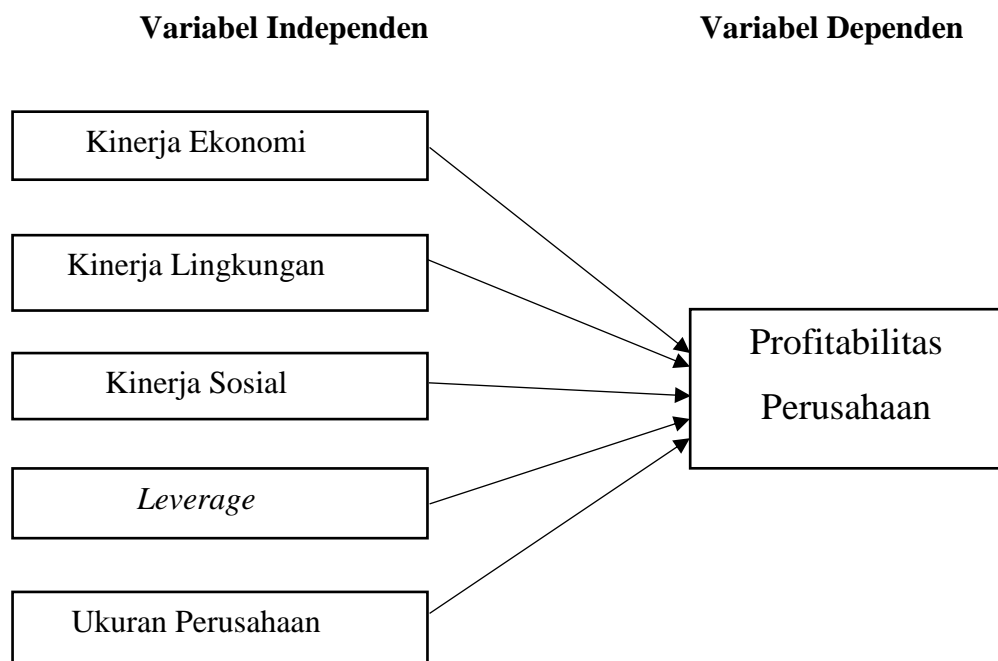
Perusahaan yang berkembang akan mendapatkan laba yang baik. Suatu perusahaan dengan ukuran besar dapat menghasilkan produk dengan tingkat biaya rendah. Suatu perusahaan bisa menekan biaya hingga rendah merupakan salah satu unsur untuk dapat mencapai laba yang diinginkan. Perusahaan yang ukurannya besar biasanya kondisi keuangannya juga sudah stabil. Suatu perusahaan yang besar memiliki peluang yang besar untuk mendapatkan sumber pendanaan, sehingga untuk mendapatkan pinjaman dari kreditur akan lebih mudah karena perusahaan yang berukuran besar mempunyai probabilitas yang lebih besar untuk bersaing atau bertahan dalam industri.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sartika (2012), menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap ROA.

Didukung oleh Ambarwati dkk. (2015), menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

H<sub>5</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan

### 3. Metode Penelitian



**Gambar 2.1**  
**Metode Penelitian**