

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Teori *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

##### **1. Teori Korporasi Berkelanjutan**

Korporasi berkelanjutan dapat dilihat sebagai paradigma manajemen korporasi baru dan berkembang. Paradigma bahwa korporasi berkelanjutan menjadi sebuah alternatif untuk pertumbuhan tradisional dan model laba maksimalisasi. Sementara itu korporasi berkelanjutan mengakui bahwa pertumbuhan dan profitabilitas korporasi yang penting juga memerlukan korporasi untuk mengejar tujuan sosial, khususnya berkaitan dengan pembangunan berkelanjutan, perlindungan lingkungan, keadilan sosial dan pembangunan ekonomi.<sup>1</sup>

Untung juga menjelaskan bahwasanya konsep korporasi berkelanjutan meminjam elemen dari empat konsep (Wilson, 2003) yaitu pembangunan berkelanjutan, tanggungjawab sosial korporasi, teori *stakeholder*, dan teori akuntabilitas korporasi.<sup>2</sup>

##### **2. Teori *Stakeholder***

CSR yang baik mengedepankan empat prinsip *good corporate governance*, yakni *fairness* (kewajaran), *transparency* (transparansi), *accountability* (akuntabilitas) dan *responsibility* (responsibilitas), secara

---

<sup>1</sup> Budi Untung, *CSR dalam Dunia Bisnis* (Yogyakarta: ANDI, 2014), 32-33.

<sup>2</sup> *Ibid.*, 33.

harmonis. Sementara itu, prinsip *responsibility* lebih mencerminkan *stakeholder-driven*, karena lebih mengutamakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan.<sup>3</sup> Dari pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwasanya dengan melaksanakan program CSR bisa membuat citra perusahaan semakin baik, karena *stakeholder* memiliki peran yang begitu penting untuk citra perusahaan dan eksistensi perusahaan.

Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggungjawab terhadap para pemilik (*Shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*Stakeholder*), selanjutnya disebut tanggungjawab sosial (*Social Responsibility*). Untuk itu, tanggungjawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas pada indikator ekonomi dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial terhadap *stakeholder*, baik internal maupun eksternal. *Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan, Lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas

---

<sup>3</sup> Edi Suharto, *CSR & COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi* (Bandung: Alfabeta, 2010), 59.

dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.<sup>4</sup>

Teori ini pertama kali dipopulerkan oleh R. Edward Freeman yang mendefinisikan pemangku kepentingan sebagai kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Teori ini pada awalnya berkonsep manajemen strategis dan tujuannya untuk membantu memperkuat hubungan dengan kelompok eksternal untuk mengembangkan keunggulan kompetitif.<sup>5</sup>

Jika suatu perusahaan melaksanakan program CSR, perusahaan akan mampu untuk meningkatkan eksistensinya dan memberikan citra positif perusahaan dalam pandangan masyarakat. Karena dengan adanya tuntutan dari para *stakeholder* nya maka perusahaan akan terus meningkatkan pelaksanaan program CSR atau tanggungjawab sosialnya.

### 3. Teori Legitimasi

Perusahaan merupakan unit bisnis yang keberadaannya tak dapat dilepas dari lingkungan masyarakat sekitar. Untuk itu, eksistensi perusahaan harus sesuai dengan harapan masyarakat sekitar. Dan legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Nor Hadi, *Corporate.*, 93-94.

<sup>5</sup> Budi Untung, *CSR*, 42.

<sup>6</sup> *Ibid.*, 87- 88.

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Karena legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumberdaya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup.<sup>7</sup>

## **B. Konsep *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Social Responsibility-Disclosure***

### **1. Definisi *Corporate Social Responsibility***

#### a. Definisi CSR menurut undang-undang

Penjelasan pasal 15 huruf b Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (disingkat UUPM) yang menegaskan bahwa “tanggungjawab social perusahaan adalah tanggungjawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat”. Dan penjelasan pada pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perusahaan Terbatas (disingkat UUPT) juga menegaskan bahwa “tanggungjawab sosial dan

---

<sup>7</sup> Ibid.

lingkungan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.

b. Definisi CSR menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dan *World Bank*

WBCSD adalah Lembaga internasional sebagai asosiasi perusahaan yang beranggotakan kurang lebih 180 perusahaan transnasional yang berasal dari kurang lebih 35 negara yang mempunyai komitmen dan secara khusus bergerak di bidang “pembangunan berkelanjutan” (*sustainable development*), mengatakan bahwa:

WBCSD merumuskan CSR sebagai “*The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large to improve their quality of life*”.

Lembaga keuangan global *World Bank* merumuskan CSR sebagai:

*The commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.*

Rumusan WBCSD dan *World Bank* sama-sama menekankan CSR sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan

ekonomi berkelanjutan, bekerja sama dengan karyawan, keluarga karyawan, dan masyarakat setempat dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Namun, rumusan *World Bank* menambahkan penekanan pada kemanfaatan aktivitas CSR bagi usaha dan pembangunan.<sup>8</sup>

c. Definisi CSR menurut GRI (*Global Reporting Initiative*)

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan disebut juga laporan keberlanjutan (*sustainability report*) yang diartikan juga sebagai praktek dalam mengukur, mengungkapkan, dan menjadi bertanggung jawab kepada stakeholder baik internal maupun eksternal untuk kinerja organisasi yang mengarah pada perkembangan yang berkelanjutan untuk menggambarkan pelaporan ekonomi, lingkungan, dan dampak sosial.

GRI adalah sebuah organisasi standar internasional yang independen. GRI selain membantu para pebisnis, juga membantu pemerintah dan organisasi lain untuk mengerti dan mengkomunikasikan dampak bisnisnya dalam isu perubahan iklim, hak asasi manusia, juga korupsi.

## 2. CSR dalam Perspektif Islam<sup>9</sup>

*Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan

---

<sup>8</sup> Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility dari Voluntary Menjadi Mandatory* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 20-21.

<sup>9</sup> Ali Syukron, "CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah", *Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 1 (2015), 2-6.

kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi *inheren* (mewarisi) dari ajaran Islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (*Maqashid al syariah*) adalah *mashlahah* sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan *mashlahah*, bukan sekedar mencari keuntungan. Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia sekaligus strategis karena bukan sekedar diperbolehkan di dalam Islam, melainkan justru diperintahkan oleh Allah dalam AlQur'an. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۱۰

Artinya: *Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung* (Q.S. Al-Jumu'ah: 10).

وَلِكُلِّ وِجْهَةٍ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ۱۴۸

Artinya: *Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.* (Q.S. Al Baqarah: 148)

Sebenarnya, dalam pandangan Islam sendiri kewajiban melaksanakan CSR bukan hanya menyangkut pemenuhan kewajiban secara hukum dan moral, tetapi juga strategi agar perusahaan dan masyarakat tetap *survive* dalam jangka panjang. Jika CSR tidak dilaksanakan maka akan terdapat lebih banyak biaya yang harus ditanggung perusahaan. Sebaliknya jika

perusahaan melaksanakan CSR dengan baik dan aktif bekerja keras mengimbangi hak-hak dari semua *stakeholders* berdasarkan kewajiban, martabat, dan keadilan, dan memastikan distribusi kekayaan yang adil, akan benar-benar bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang. Seperti meningkatkan kepuasan, menciptakan lingkungan kerja yang aktif dan sehat, mengurangi stres karyawan meningkatkan moral, meningkatkan produktivitas, dan juga meningkatkan distribusi kekayaan di dalam masyarakat. Tujuan keadilan sosioekonomi dan distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata merupakan bagian yang tak terpisahkan dari falsafah moral Islam dan didasarkan pada komitmennya yang pasti terhadap persaudaraan (*brotherhood*) dan kemanusiaan.

Falsafah moral Islam yang tercermin dalam CSR disebutkan dalam Al-Qur'an, yaitu:

a. Menjaga lingkungan dan melestarikannya

مَنْ أَجَلِ ذَلِكَ كَتَبْنَا عَلَىٰ بَنِي إِسْرَائِيلَ أَنَّهُ مَن قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ نَفْسٍ أَوْ فَسَادٍ فِي الْأَرْضِ فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا وَمَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا وَلَقَدْ جَاءَتْهُمْ رُسُلُنَا بِالْبَيِّنَاتِ ثُمَّ إِنَّ كَثِيرًا مِّنْهُمْ بَعَدَ ذَلِكَ فِي الْأَرْضِ لُمُسْرِفُونَ ۝ ٣٢

Artinya: Oleh karena itu Kami tetapkan (suatu hukum) bagi Bani Israil, bahwa: Barangsiapa yang membunuh seorang manusia, bukan karena orang itu (membunuh) orang lain, atau bukan karena membuat kerusakan dimuka bumi, Maka seakan-akan Dia telah membunuh manusia seluruhnya. dan Barangsiapa yang memelihara kehidupan seorang manusia, Maka seolah-olah Dia telah memelihara kehidupan manusia semuanya. dan Sesungguhnya telah datang kepada mereka Rasul-rasul Kami dengan (membawa) keterangan-keterangan yang jelas, kemudian banyak diantara mereka sesudah itu sungguh-sungguh melampaui batas dalam berbuat kerusakan dimuka bumi. (Q.S. Al-Maidah ayat 32).

b. Upaya untuk menghapus kemiskinan (Surat Al-Hasyr ayat 7)

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ  
وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ  
فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ٧

Artinya: *Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya.*

c. Mendahulukan sesuatu yang bermoral bersih daripada sesuatu yang secara moral kotor, walaupun mendatangkan keuntungan yang lebih besar

مَا جَعَلَ اللَّهُ مِنْ بَجِيرَةٍ وَلَا سَائِبَةٍ وَلَا وَصِيلَةٍ وَلَا حَامٍ وَلَكِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يَفْتَرُونَ عَلَى  
اللَّهِ الْكُذِبَ وَكَثُرُوا هُمْ لَا يَعْقِلُونَ ١٠٣

Artinya: *Allah sekali-kali tidak pernah mensyari'atkan adanya bahiirah, saaibah, washiilah dan haam akan tetapi orang-orang kafir membuat-buat kedustaan terhadap Allah, dan kebanyakan mereka tidak mengerti. (Surat Al-Maidah ayat 103).*

d. Jujur dan Amanah

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنِيَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ٢٧

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui. (Surat Al-Anfal ayat 27).*

Keempat falsafah moral di atas merupakan upaya dalam rangka menyalurkan semua aspek kehidupan seorang Muslim dengan ajaran

agamanya, sehingga sistem keuangan dan perbankan Islam diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap tercapainya tujuan sosio-ekonomi Islam.

### 3. Pengungkapan CSR

Pengungkapan CSR dijelaskan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 2009) paragraf ke duabelas adalah sebagai berikut: “Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.”

GRI (*Global Reporting Initiative*) juga mengeluarkan pedoman bagi perusahaan terkait pengungkapan lingkungan hidup. Dalam Standar GRI Indikator kinerja di bagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial yang mencakup hak azasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk, dan masyarakat.

Saat ini telah banyak perusahaan yang melaporkan laporan CSR nya, namun belum banyak *stakeholder* khususnya masyarakat umum yang mengetahui hal tersebut, tujuan perusahaan mengungkapkan aktivitas CSR dalam bentuk *sustainability report* adalah untuk mendongkrak reputasi dan

citra merek perusahaan. dan tidak hanya itu, tujuan lainnya adalah sebagai salah satu upaya perusahaan memenuhi harapan masyarakat.<sup>10</sup>

#### 4. Definisi *Corporate Social Responsibility-Disclosure (CSR-D)*

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (*CSR-Disclosure*) yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* oleh Mathews dalam penelitian Djoko dan Shinta merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.<sup>11</sup>

*CSR Disclosure* adalah data yang diungkapkan perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan. Menurut *Global Reporting Initiative (GRI)*, indikator untuk mengukur pengungkapan CSR meliputi *economic (EC)*, *environment (EN)*, *human rights (HR)*, *labour practices (LR)*, *product responsibility (PR)* dan *society (S)*.

Untuk mengukur pengungkapan CSR, dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:<sup>12</sup>

$$\text{CSR} : \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSR<sub>ij</sub> : *CSR Disclosure Index* Perusahaan j

n<sub>j</sub> : jumlah item untuk perusahaan j

X<sub>ij</sub> : jumlah item yang diungkapkan diberi nilai 1, jika tidak 0

<sup>10</sup> Muhammad Imam Syairozi, *Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur dan Perbankan* (Magelang: Tidar Media, 2019), 13-14.

<sup>11</sup> Djoko Suhardjanto dan Shinta Nugraheni, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Akuntansi*, 2 (Mei 2012), 164.

<sup>12</sup> Ibid.

Komitmen perusahaan dalam melaksanakan, menyajikan, dan mengungkapkan informasi tanggungjawab sosial dan lingkungan memberi manfaat bagi perusahaan. Manfaat yang diperoleh perusahaan adalah profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan akan semakin kokoh, meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen, meningkatnya komitmen etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan, menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi komunitas sekitar karena merasa diperhatikan dan dihargai perusahaan dan yang terakhir meningkatkannya reputasi, *corporate branding*, *goodwill (intangible asset)* dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.<sup>13</sup>

### C. Profitabilitas

Menurut I Made profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan.<sup>14</sup> Profitabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya. Heinze dan Gray dalam penelitian Rheza dan Paulus juga menjelaskan bahwa profitabilitas suatu perusahaan merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi

---

<sup>13</sup> Andreas Lako, *Deskontruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi* (Jakarta: Erlangga, 2010), 103.

<sup>14</sup> I Made, *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek* (Jakarta: Erlangga, 2011), 22.

tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.<sup>15</sup>

Umumnya setiap perusahaan bertujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan. Para manajemen perusahaan dituntut harus mampu mencapai target yang telah direncanakan. Rasio profitabilitas adalah rasio yang paling populer di kalangan investor. Rasio ini memberikan pemahaman kepada penggunaannya terkait seberapa baik sebuah perusahaan dapat memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menghasilkan profit dan meningkatkan kesejahteraan pemegang sahamnya.<sup>16</sup>

Menurut Agus Sartono definisi rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini.<sup>17</sup> Sedangkan menurut Kasmir definisi rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya bahwa penggunaan rasio ini memunjukkan efisiensi perusahaan.<sup>18</sup> Sedangkan dalam bukunya Fahmi dijelaskan bahwa rasio profitabilitas yaitu untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan di dalam menganalisis dengan

---

<sup>15</sup> Rheza Dwi dan Paulus Basuki, "Analisis Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*", *Diponegoro Journal of Accounting*, 4 (2015), 3.

<sup>16</sup> Zulfikar, *Pengantar Pasar.*, 152.

<sup>17</sup> Agus Sartono, *Manajemen Keuangan*.122.

<sup>18</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 115.

cermat kelancaran sebuah perusahaan dan kemampuannya untuk mendapatkan keuntungan. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.<sup>19</sup>

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba yang hubungannya dengan penjualan, aktiva maupun investasi. Semakin tinggi rasio profitabilitasnya, semakin baik sebuah perusahaan menjalankan operasionalnya, maka semakin baik nama perusahaan dimata investor. Meskipun begitu, paradigma yang ada dalam penilaian rasio ini tidak hanya sebatas seberapa besar sebuah perusahaan dapat menghasilkan profit namun juga seberapa konsisten ia mampu mempertahankan kinerjanya tersebut di masa yang akan datang.<sup>20</sup>

### 1. Perhitungan Profitabilitas

Beberapa ukuran dalam perhitungan profitabilitas perusahaan, yaitu: margin laba (*profit margin*), pengembalian atas aset (*return on asset/ROA*), dan pengembalian atas ekuitas (*return on equity/ROE*). Berikut perhitungan-perhitungannya:<sup>21</sup>

#### a. *Return on asset* (ROA)

*Return on investment* atau *return on assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.

$\text{Return On Asset : } \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100 \%$
--

<sup>19</sup> Irham Fahmi, *Analisis Laporan Keuangan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 116.

<sup>20</sup> Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal.*, 152.

<sup>21</sup> Ibid.

b. *Return On Equity* (ROE)

*Return on equity* atau return on net worth mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan atau untuk mengetahui besarnya kembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap rupiah modal dari pemilik

$$\text{Return On Equity} : \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100 \%$$

Penghitungan profitabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan ROA, Alasan penggunaan ROA adalah bahwa ROA ini menggunakan perbandingan antara laba bersih dengan total aset. Dalam penghitungan profitabilitas atau laba perusahaan, rasio ini memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektifitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. ROA juga penting untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan.

Karena dengan meningkatnya pertumbuhan laba yang terbentuk karena efektifitas pengelolaan aset mendorong aliran jumlah dana yang lebih besar sehingga mengakibatkan meningkatnya jumlah pengungkapan *corporate social responsibility*.<sup>22</sup>

<sup>22</sup> Syailendra Eka Saputra, "Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas dan *Size* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia", *Journal of Economic and Economic Education*, 1 (2016), 78.

## 2. Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat tidak hanya bagi pihak internal, tetapi juga bagi pihak eksternal atau diluar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan. Tujuan penggunaan rasio profitabilitas adalah:<sup>23</sup>

- a. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu
- b. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- c. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
- d. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
- e. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri

Manfaat yang diperoleh rasio profitabilitas yaitu:<sup>24</sup>

- a. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode
- b. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- c. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu
- d. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
- e. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri

---

<sup>23</sup> Kasmir, *Analisis*,.197.

<sup>24</sup> *Ibid.*, 198.

### 3. Hubungan Profitabilitas dengan Pengungkapan CSR

Teori korporasi berkelanjutan di dalamnya dijelaskan bahwa pertumbuhan dan profitabilitas korporasi memerlukan korporasi untuk mengejar tujuan sosial, seperti pembangunan berkelanjutan, perlindungan lingkungan, keadilan sosial dan pembangunan ekonomi. Teori ini memuat aspek dalam pengungkapan CSR yaitu tujuan sosial yang dimiliki perusahaan.<sup>25</sup>

Profitabilitas menunjukkan keberhasilan sebuah perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (laba) perusahaan. Perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang baik juga akan mendapat tekanan yang lebih kuat dari lingkungan perusahaan untuk lebih luas dalam mengungkapkan CSRNya.<sup>26</sup> Dan semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan atau tanggung jawab sosialnya.<sup>27</sup> Hal tersebut digunakan sebagai salah satu upaya untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan sedang dalam kompetisi meyakinkan dan menonjolkan kapasitas perusahaan yang baik pada saat itu.<sup>28</sup>

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwasanya profitabilitas merupakan hal yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam hal pelaksanaan pengungkapan CSR, karena perusahaan dengan

---

<sup>25</sup> Budi Untung, *CSR*.32-33.

<sup>26</sup> Ivon Nurmas dan Sri Wahjuni, "Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan Dan *Risk Minimization* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*", *Jurnal Akademi Akuntansi*, 1 (2018), 43.

<sup>27</sup> Lela Nur Laela Wati, *Model Corporate Social Responsibility (CSR)* (Ponorogo: Myria Publisher, 2019), 36.

<sup>28</sup> I Gusti dan Eka, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan", *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 2 (2015), 387.

kondisi profit yang tinggi akan berdampak juga terhadap pelaksanaan tanggungjawabnya terhadap masyarakat luas.

Berdasarkan teori korporasi berkelanjutan dan argumen -argumen yang mendukung dari penelitian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

#### **D. Leverage**

*Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi seluruh utang dengan memakai semua aset atau aset menjadi penjamin utang yang menjadi konsep dasar akuntansi.<sup>29</sup> Rasio *leverage* ini digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya, berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang.<sup>30</sup>

Rasio *leverage* membandingkan beban utang perusahaan secara keseluruhan terhadap aset atau ekuitasnya. Rasio ini memaparkan jumlah aset perusahaan yang dimiliki oleh pemegang saham dibandingkan dengan aset yang dimiliki oleh kreditor (pemberi utang). Jika aset perusahaan lebih banyak dimiliki oleh pemegang, maka perusahaan tersebut kurang *leverage*. Jika kreditor atau pemberi utang memiliki aset secara dominan, maka perusahaan

---

<sup>29</sup> I Gusti Putu Darya, *Akuntansi Manajemen* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 144.

<sup>30</sup> Kasmir, *Pengantar...*, 114.

tersebut memiliki tingkat *leverage* yang tinggi. Rasio ini mempermudah manajemen dan investor untuk memahami tingkat risiko struktur modal pada perusahaan melalui catatan atas laporan keuangan.<sup>31</sup>

### 1. Perhitungan *Leverage*<sup>32</sup>

Perhitungan rasio *leverage* ini dibagi menjadi dua, yaitu rasio utang terhadap ekuitas dan rasio utang terhadap aset. Berikut penjelasan beserta rumus perhitungannya:

#### a. *Debt to Equity Ratio* (Rasio Utang terhadap Ekuitas)

Rasio ini memaparkan porsi yang relatif antara ekuitas dan utang yang dipakai untuk membiayai aset perusahaan. *Debt to Equity* (DER) membandingkan antara total kewajiban dengan ekuitas. Utang tidak boleh lebih besar dari modal supaya beban perusahaan tidak bertambah. Tingkat rasio yang rendah berarti kondisi perusahaan semakin baik karena porsi utang terhadap modal semakin kecil.

Rasio ini memperlihatkan bahwa dana pinjaman yang segera jatuh tempo akan ditagih dibandingkan modal yang dimiliki. Perhitungan rasio ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar bagian dari modal (termasuk pengertian modal dan jenis-jenis modal yang menjadi jaminan utang lancar). Semakin kecil rasio ini berarti kondisi perusahaan semakin baik karena modal untuk menjamin utang lancar masih cukup (besar). Rumus *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai berikut:

---

<sup>31</sup> Darya, *Akuntansi*, 145.

<sup>32</sup> *Ibid.*, 147-148.

$$\text{Debt to Equity Ratio : } \frac{\text{Total Utang}}{\text{Ekuitas (Modal)}} \times 100 \%$$

b. *Debt Ratio* (Rasio Utang)

*Debt Ratio* atau rasio utang menilai seberapa besar perusahaan berpatokan pada utang untuk membiayai asetnya. Rasio ini membandingkan total utang dengan total aset yang dimiliki. Aset dan ekuitas itu berbeda sehingga harus mengetahui terlebih dahulu tentang aset dan ekuitas. Aset merupakan sumber daya yang diperoleh dari transaksi atau kegiatan lain dimasa lalu sehingga menjadi milik perusahaan. sedangkan ekuitas merupakan hak residual atas aset perusahaan setelah pengurangan seluruh liabilitas atau kewajiban sesuai hakikat akuntansi.

Rasio ini juga memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh pinjaman baru sebagai tambahan modal dengan jaminan aktiva tetap yang dimiliki oleh perusahaan. Jika tingkat rasio ini semakin tinggi maka jaminan berupa aset yang ada dan uang yang diberikan oleh kreditor dalam jangka panjang semakin terjamin. Berikut ini rumus rasio utang (*debt ratio*):

$$\text{Rasio Utang : } \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}} \times 100 \%$$

Perhitungan *leverage* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah DER, alasan peneliti menggunakan perbandingan antara total utang dengan total ekuitas adalah *leverage* sendiri berarti struktur modal yang diperoleh dari pinjaman pihak luar. Dengan rumus perbandingan ini, memberikan pengukuran yang lebih baik karena perbandingannya yakni dengan total ekuitas perusahaan. dan juga dengan rumus perbandingan ini perusahaan akan bisa mengetahui besarnya bagian dari modal perusahaan yang akan dijadikan untuk jaminan utang, agar dalam hal ini perusahaan bisa memberikan keputusan yang lebih baik.

## 2. Tujuan Rasio *Leverage*<sup>33</sup>

Terdapat tujuh tujuan perusahaan memakai rasio *leverage*. Tujuannya sebagai berikut:

- a. Untuk meninjau posisi sebuah perusahaan yang dilihat dari kewajibannya kepada pihak lainnya (kreditor)
- b. Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban tetap seperti angsuran pinjaman
- c. Untuk meninjau nilai aktiva khususnya aktiva tetap terhadap modal, apakah sudah seimbang atau belum
- d. Untuk mengetahui jumlah aktiva perusahaan yang dibiayai oleh utang
- e. Untuk meninjau pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva apakah berpengaruh signifikan atau tidak

---

<sup>33</sup> Ibid.

- f. Untuk mengetahui besarnya bagian dari modal perusahaan yang dijadikan jaminan utang jangka panjang
- g. Untuk meninjau jumlah dana pinjaman yang segera jatuh tempo (akan ditagih) terhadap modal yang dimiliki oleh perusahaan

Rasio *leverage* berguna untuk mengetahui seberapa aman atau tidak amannya sebuah perusahaan yang dilihat dari utangnya. Perusahaan membutuhkan pinjaman atau utang untuk tambahan modal pada saat perusahaan ingin melakukan ekspansi seperti pertambahan cabang atau ekspansi jumlah produksi.

### **3. Hubungan *Leverage* dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

*Leverage* merupakan pengukur besarnya aktiva yang dibiayai dengan hutang. Hutang yang digunakan untuk membiayai aktiva berasal dari kreditor, bukan dari pemegang saham ataupun investor. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditor. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Ni Komang dan Maria, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Pada *CSR Disclosure*", *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 3 (Juni 2019), 1962.

Berdasarkan teori *stakeholder*, *leverage* merupakan salah satu informasi dari perusahaan yang bisa diketahui oleh *stakeholder*, informasi tersebut dapat digunakan oleh *stakeholder* untuk mengetahui aktivitas perusahaan. aktivitas yang dilakukan perusahaan selain dari kegiatan operasional juga dari kegiatan sosial. Salah satu kegiatan social dapat berupa kegiatan dalam aspek CSR. Dan dalam teori *stakeholder* juga dijelaskan bahwasanya teori tersebut berkonsep manajemen strategis dan tujuannya untuk memperkuat hubungan dengan kelompok eksternal untuk mengembangkan keunggulan kompetitif.

Hal tersebut berarti menunjukkan bahwasanya *leverage* merupakan hal yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, karena akan juga mempengaruhi citra atau nama baik perusahaan itu sendiri didepan pemegang obligasi yang disana berperan sebagai kreditur.

## **E. Bank Umum Syariah (BUS)**

### **1. Pengertian Bank Umum Syariah (BUS)<sup>35</sup>**

Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank yang dalam aktivitasnya melaksanakan kegiatan usaha sesuai dengan prinsip syariah dan melaksanakan kegiatan lalu lintas pembayaran. Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah. Bank umum syariah disebut juga dengan *full*

---

<sup>35</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), 40-41.

*branch*, karena tidak di bawah koordinasi bank konvensional, sehingga aktivitasnya terpisah dengan konvensional. Bank umum syariah dapat dimiliki oleh bank konvensional, akan tetapi aktivitas serta pelaporannya terpisah dengan induk banknya.

Bank umum syariah memiliki akta pendirian yang terpisah dari induknya, bank konvensional, atau berdiri sendiri, bukan anak perusahaan bank konvensional. Sehingga setiap laporan yang diterbitkan oleh bank syariah akan terpisah dengan induknya. Dengan demikian, dalam hal kewajiban memberikan pelaporan kepada pihak lain seperti BI, dirjen pajak, dan lembaga lain, dilakukan secara terpisah.

Kegiatan bank umum syariah secara garis besar dapat dibagi menjadi tiga fungsi utama yaitu: penghimpunan dana pihak ketiga atau dana masyarakat, penyaluran dana kepada pihak yang membutuhkan, dan pelayanan jasa bank.

a. Penghimpunan Dana dari Masyarakat

Bank umum syariah menghimpun dana dari masyarakat dengan cara menawarkan berbagai jenis produk pendanaan antara lain giro *wadiah*, tabungan *wadiah*, tabungan *mudharabah*, deposito *mudharabah*, dan produk pendanaan lainnya yang diperbolehkan sesuai dengan syariah Islam. Penghimpunan dana dari masyarakat dapat dilakukan dengan akad *wadiah* dan *mudharabah*. Dengan menghimpun dana dari masyarakat, maka bank syariah akan membayar biaya dalam bentuk bonus untuk akad *wadiah* dan bagi hasil untuk akad *mudharabah*.

b. Penyaluran Dana Kepada Masyarakat

Bank umum syariah perlu menyalurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan dana, agar tidak terjadi *idle fund*. Bank umum syariah dapat menyalurkan dananya dalam bentuk pembiayaan serta dalam bentuk penempatan dana lainnya. Dengan aktivitas penyaluran dana ini bank syariah akan memperoleh pendapatan dalam bentuk margin keuntungan bila menggunakan akad jual beli, bagi hasil bila menggunakan akad kerja sama usaha, dan sewa bila menggunakan akad sewa menyewa.

c. Pelayanan Jasa

Bank umum Syariah juga menawarkan produk pelayanan jasa untuk membantu transaksi yang dibutuhkan oleh pengguna jasa bank syariah. Hasil yang diperoleh bank atas pelayanan jasa bank syariah yaitu berupa pendapatan *fee* dan komisi.

**2. Kegiatan Usaha Bank Umum Syariah<sup>36</sup>**

Kegiatan usaha bank umum syariah meliputi:

- a. Menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan atau bentuk lain yang disamakan berdasarkan akad *wadiah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
- b. Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa deposito, tabungan atau bentuk lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah

---

<sup>36</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 52-54.

- c. Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah*, *musyarakah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
- d. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, *salam*, *istishna* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
- e. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *qard* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
- f. Menyalurkan pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad *ijarah muntahiyah bit tamlik* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
- g. Melakukan pengambil alihan utang berdasarkan akad *hiwalah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
- h. Melakukan usaha kartu debit dan/atau kartu pembiayaan berdasarkan prinsip syariah
- i. Membeli, menjual, atau menjamin atas risiko sendiri surat berharga pihak ketiga yang diterbitkan atas dasar transaksi nyata berdasarkan prinsip syariah seperti akad *ijarah*, *musyarakah*, *mudharabah*, *murabahah*, *kafalah*, atau *hiwalah*
- j. Membeli surat berharga berdasarkan prinsip syariah yang diterbitkan oleh pemerintah dan/atau Bank Indonesia
- k. Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan pihak ketiga atau antar pihak ketiga berdasarkan prinsip syariah

- l. Melakukan penitipan usaha kepentingan pihak lain berdasarkan suatu akad yang berdasarkan prinsip syariah
- m. Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga berdasarkan prinsip syariah
- n. Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah berdasarkan prinsip syariah
- o. Melakukan fungsi sebagai wali amanat berdasarkan akad *wakalah*
- p. Memberikan fasilitas *letter of credit* atau bank garansi berdasarkan prinsip syariah
- q. Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan oleh perbankan dan bidang social sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan

Selain itu, bank umum syariah juga dapat melakukan:

- a. Kegiatan valuta asing berdasarkan prinsip syariah
- b. Penyertaan modal pada bank umum syariah atau lembaga keuangan yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah
- c. Penyertaan modal sementara untuk mengatasi akibat kegagalan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah dengan syarat harus menarik kembali penyertaannya
- d. Bertindak sebagai pendiri dan pengurus dana pension berdasarkan prinsip syariah.

- e. Melakukan kegiatan dalam pasar modal sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan ketentuan peraturan perundang-undangan pasar modal
- f. Menyelenggarakan kegiatan atau produk bank yang berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan sarana elektronik
- g. Menerbitkan, menawarkan, dan memperdagangkan surat berharga jangka pendek berdasarkan prinsip syariah secara langsung ataupun tidak langsung melalui pasar uang
- h. Menerbitkan, menawarkan dan memperdagangkan surat berharga jangka panjang berdasarkan prinsip syariah secara langsung ataupun tidak langsung melalui pasar modal
- i. Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha bank umum syariah lainnya berdasarkan prinsip syariah.