

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 LAPORAN KEUANGAN

2.1.1 Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan yang lengkap meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perusahaan posisi keuangan (yang dapat disajikan dalam beberapa cara, misalnya laporan arus kas, atau laporan arus dana), catatan dan laporan lainnya, serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. Disamping itu juga termasuk *schedule* dan informasi tambahan yang berkaitan dengan laporan tersebut, misalnya informasi keuangan segmen industri dan geografis serta pengungkapan pengaruh perubahan harga.

Tujuan laporan keuangan untuk tujuan umum adalah memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja, dan arus kas perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam rangka membuat keputusan-keputusan ekonomi serta menunjukkan pertanggungjawaban (*stewardship*) manajemen atas penggunaan sumber-sumber daya yang dipercayakan kepada mereka.

2.1.2 Pengertian Laporan Tahunan

Laporan tahunan (*Annual Report*) adalah suatu laporan resmi mengenai keadaan keuangan emiten dalam jangka waktu satu tahun. Laporan ini harus disampaikan kepada para pemegang saham untuk disetujui dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) yang selanjutnya disahkan sebagai laporan tahunan resmi perusahaan.

Laporan tahunan (*Annual Report*) wajib disampaikan oleh emiten yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai pelaporan kegiatan perusahaan selama satu tahun dan nantinya laporan ini akan digunakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Keseluruhan isi laporan tahunan ini diatur oleh regulator Bursa Efek yaitu BAPEPAM.

2.1.3 Tujuan Laporan Tahunan

Tujuan dari laporan tahunan (*Annual Report*) Adalah :

1. Berguna bagi pemakai (*user*) laporan tahunan dalam membuat keputusan investasi, masalah kredit atau keputusan-keputusan lainnya.
2. Menyediakan laporan yang komprehensif mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang, baik kegiatan operasional, keuangan dan informasi-informasi relevan lainnya.
3. Menyediakan informasi lain mengenai sumber daya perusahaan serta perubahannya.

2.2 KINERJA KEUANGAN

2.2.1 Pengertian Kinerja

Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang dalam hal ini perusahaan secara keseluruhan selama periode tertentu didalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan seperti standar hasil kerja, target, sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama.

Istilah kinerja keuangan atau performance seringkali dikaitkan dengan kondisi keuangan perusahaan. Kinerja merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya. Selain itu, tujuan pokok penilaian kinerja adalah untuk memotivasi para karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam memenuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya. Standar perilaku dapat berupa kebijakan manajemen atau rencana formal yang dituangkan dalam anggaran.

Informasi kinerja perusahaan, terutama profitabilitas diperlukan untuk menilai perubahan potensi sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan di masa depan. Informasi kinerja adalah penting karena informasi kinerja bermanfaat untuk memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan arus kas dari sumber daya

yang ada. Di samping itu, informasi tersebut juga berguna dalam perumusan pertimbangan tentang efektifitas perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya.

2.2.2 Pengukuran Kinerja

Pengukuran kinerja perusahaan meliputi proses perencanaan, pengendalian dan proses transaksional bagi kalangan perusahaan sekuritas, *fund manager*, eksekutif perusahaan, pemilik, pelaku bursa, kreditur serta *stakeholders* lainnya. Penilaian kinerja keuangan oleh *stakeholders* digunakan sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kepentingan mereka terhadap perusahaan. Kepentingan terhadap perusahaan tersebut berkaitan erat dengan harapan kesejahteraan yang mereka peroleh.

Penilaian kinerja merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan, karena pengukuran tersebut digunakan sebagai dasar menyusun system imbalan dalam perusahaan yang dapat mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan.

Pengukuran kinerja keuangan perusahaan bertujuan untuk :

1. Memberikan informasi yang berguna dalam membuat keputusan penting mengenai asset yang digunakan dan memacu para manajer untuk membuat keputusan yang menyalurkan kepentingan perusahaan.
2. Mengukur kinerja unit usaha sebagai suatu identitas usaha.

Pentingnya suatu analisis kinerja keuangan suatu perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Hasil dari analisis kinerja akan menjadi dasar penting bagi manajer keuangan untuk dapat melaksanakan fungsinya dengan baik.
2. Hasil dari analisis kinerja dapat dijadikan standar dalam pengambilan keputusan yang menyangkut efektivitas maupun efisiensi perusahaan dimasa yang akan datang.
3. Hasil dari analisis kinerja juga dapat menjadi ukuran prestasi manajer atau perusahaan secara keseluruhan.
4. Hasil dari analisis kinerja dapat dijadikan ukuran pertanggungjawaban manajemen perusahaan kepada pemilik modal.

2.2.3 Metode Pengukuran Kinerja Perusahaan

Kinerja suatu perusahaan lebih banyak diukur berdasarkan rasio-rasio keuangan selama satu periode tertentu. Pengukuran berdasarkan rasio keuangan ini sangatlah bergantung pada metode atau perlakuan akuntansi yang digunakan dalam menyusun laporan keuangan perusahaan. Sehingga sering kali kinerja perusahaan terlihat baik dan meningkat, yang mana sebenarnya kinerja perusahaan tersebut tidak mengalami peningkatan dan bahkan penurunan.

Ukuran yang lazim dipakai dalam penelitian suatu perusahaan untuk menilai kinerjanya dinyatakan dalam rasio finansial, antara lain :

1. *Rasio Likuiditas*

Mengukur seberapa likuid perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban dalam jangka pendek. Termasuk dalam kategori ini adalah *Current Ratio*, *Quick Ratio*, rasio kas atas aktiva lancar, rasio kas atas utang lancar, rasio utang lancar dan total aktiva, rasio aktiva lancar dan total utang.

2. *Rasio Solvabilitas*

Rasio solvabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya atau kewajiban-kewajibannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasi. Termasuk dalam kategori ini adalah rasio utang atas modal, *Debt to Equity Ratio* (DER), dan rasio utang atas aktiva.

3. *Rasio Profitabilitas (Laba)*

Rasio ini ditujukan menilai seberapa bagus tingkat laba suatu perusahaan. Termasuk dalam kelompok ini adalah *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Equity* (ROE), dan *Gross Profit Margin*.

4. *Rasio Leverage*

Bertujuan mengukur seberapa bagus struktur permodalan perusahaan dan juga untuk melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Termasuk dalam kategori ini adalah *Rasio Leverage*, *Capital Adequacy Ratio*, dan *Capital Formation*. Rasio ini juga bias dianggap sebagai bagian dari rasio solvabilitas.

5. Rasio Aktivitas

Rasio ini mencoba mengukur efisiensi dari kegiatan operasional perusahaan dan mencoba mengungkapkan masalah-masalah yang selama ini tersembunyi. Termasuk dalam kategori ini adalah *Total Assets Turn Over*, *Fixed Assets Turn Over*, dan *Receivable Turn Over*.

Apabila kinerja keuangan perusahaan menunjukkan adanya prospek yang baik, maka sahamnya akan diminati investor dan harganya akan meningkat. Dalam konsep investasi ada teori yang menyatakan return yang tinggi mempunyai risiko yang tinggi juga, sehingga perusahaan yang kinerjanya sangat bagus maka sangat mungkin risiko untuk jatuh lebih tinggi jika dibandingkan dengan kinerja perusahaan yang biasa-biasa saja.

2.2.4 Alat pengukuran Kinerja Keuangan dengan Melihat pada Profitable

Secara konvensional, alat analisis yang sering digunakan dalam mengukur kinerja keuangan dengan melihat pada laba adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba, baik dengan menggunakan seluruh aktiva yang ada atau modal sendiri, juga menjadi alat ukur terhadap efektivitas dan efisiensi penggunaan semua sumber daya perusahaan yang ada dalam kegiatan operasional sehari-hari. Adapun pendekatan baru dalam menilai kinerja perusahaan yaitu dengan menghitung dengan *Net Profit Margin (NPM)*, *Return On Equity (ROE)*, *Gross Profit Margin*.

Alat pengukur kinerja keuangan yang digunakan dalam penelitian ini, (Syamsuddin Lukman : 61-63) antara lain:

1. *Net Profit Margin* (NPM)

Menggambarkan tingkat pendapatan bersih perusahaan terhadap tingkat penjualan. Rasio ini merupakan laba bersih yaitu penjualan sesudah dikurangi dengan expenses termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Semakin tinggi Net Profit Margin, semakin baik operasi perusahaan.

2. *Return On Equity* (ROE)

Menunjukkan berapa persen laba bersih yang diperoleh jika diukur dari total modal atau pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan.

3. *Gross Profit Margin* (GPM)

Menunjukkan keadaan operasi perusahaan berupa persentase dari laba kotor dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini merupakan persentase dari laba kotor dibandingkan dengan penjualan. Semakin besar gross profit margin maka semakin besar kemampuan operasi perusahaan.

2.3 PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)

2.3.1 Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut *World Business Council On Sustainable Development* (Prabowo,2006) tentang definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen dari bisnis atau perusahaan untuk berperilaku etis dan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas local dan masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan berarti bahwa perusahaan mampu bertanggung jawab terhadap semua kegiatannya yang mempengaruhi manusia, komunitas mereka dan lingkungan. Hal tersebut berdampak pada kesejahteraan manusia dan masyarakat.

Dalam UU PT No. 40 Tahun 2007, pasal 1 butir ke-3 menyebutkan, tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Salah satu definisi tanggung jawab sosial yang digunakan Indonesia *Business Links* (IBL) adalah strategi bisnis yang melihat bahwa kepentingan bisnis jangka panjang dicapai dengan laba dan pertumbuhan, sejalan dengan kesejahteraan masyarakat, perlindungan lingkungan dan peningkatan taraf hidup manusia. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku

kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomis, sosial dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dibedakan menjadi tiga jenis, antara lain yaitu :

1. *Ethical Corporate Social Responsibility*

Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menghindari terjadinya kerusakan lingkungan atau sosial masyarakat akibat kegiatan bisnis perusahaan.

2. *Altruistik Corporate Social Responsibility*

Aktivitas sosial perusahaan yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat tanpa terkait langsung dengan keputusan perusahaan.

3. *Strategic Corporate Social Responsibility*

Aktivitas perusahaan yang ditujukan untuk meningkatkan citra perusahaan ditarget pasarnya meningkatkan pendapatan perusahaan.

2.3.2 Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Lingkungan akuntansi sosial merupakan area yang menjadi perhatian perusahaan sehubungan dengan pengungkapan sosial aktivitas perusahaan. Lingkup akuntansi sosial ini terbagi menjadi beberapa kategori-kategori yang berbeda menurut para ahli. Perbedaan tersebut dikarenakan belum adanya format standar mengenai kategori yang harus dicantumkan oleh perusahaan dalam pertanggungjawaban

sosialnya. Jadi pengungkapan kategori-kategori antara perusahaan satu dengan perusahaan yang lainnya mungkin berbeda-beda, tergantung pada kebutuhan masing-masing perusahaan dan juga stakeholdernya.

Berikut ini pendapat beberapa ahli mengenai klasifikasi kategori yang ada dalam lingkup pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), antara lain :

1. Belkaoni (1993 : 436)

Kategori-kategori yang mencakup pengungkapan sosial adalah bidang-bidang yang terdiri dari :

- a. Klasifikasi di bawah sumber daya manusia yaitu program pendidikan, program latihan, program perluasan kesempatan kerja, kondisi kerja, kebijakan kenaikan pangkat, dan tunjangan karyawan.
- b. Sumbangan produk yaitu memperhatikan pengaruh produk atau jasa terhadap masyarakat dengan memperhitungkan beberapa pertimbangan seperti : kualitas produk, pembungkus produk, pengiklanan produk, ketentuan garansi produk, dan keamanan produk.
- c. Melibatkan masyarakat yaitu kegiatan yang pada dasarnya menguntungkan masyarakat umum seperti perseroan dibidang kedermawanan, pelayanan kesehatan, kegiatan sukarela para karyawan, program pemberian makanan, dan perencanaan serata perbaikan masyarakat.
- d. Klasifikasi sumber fisik dan sumbangan lingkungan yaitu : mengenai kualitas udara dan air serta pengendalian polusi udara maupun pelestarian lingkungan hidup.

2. Linowes

Dalam model pelaporan akuntansi sosialnya Linowes mengklasifikasikan tiga bentuk kategori, yaitu :

- a. Berhubungan dengan Masyarakat
- b. Berhubungan dengan Lingkungan
- c. Berhubungan dengan Konsumen.

3. Parker (1989 : 178 – 180)

- a. Pendekatan model pelaporan dengan *Inventory Approach* terdiri dari empat kategori yaitu : *Employment, Community, Product, and Environment*.
- b. Model pelaporan dengan *Outlay-Cost Approach* terdiri dari empat kategori yaitu : *Personnel, Customer, Environment, and Community*.
- c. Model pelaporan dengan *Cost Benefit Approach* : kategori yang menyangkut kedejahteraan karyawan (*Employee*), kategori yang menyangkut konsumen atau produk (*customer*), kategori yang menyangkut masyarakat (*community*), dan kategori yang menyangkut kepala lingkungan (*environment*).

4. Hackston dan Milne (1999)

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan terdiri dari tujuh kategori. Kategori untuk perusahaan manufaktur antara lain :

a. Lingkungan

- Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset, dan pengembangan untuk pengurangan polusi.
- Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi.
- Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi.
- Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam. Misalnya reklamasi daratan atau reboisasi.
- Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air, dan kertas.
- Pengguna material daur ulang.
- Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat oleh perusahaan.
- Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.
- Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.
- Kontribusi dalam hal pemugaran bangunan sejarah.
- Pengelolaan limbah.
- Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan. Perlindungan lingkungan hidup.

b. Energi

- Menggunakan energy secara lebih efisien dalam kegiatan operasi.
- Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energy.
- Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energy dari produk.
- Mengungkapkan penghematan energy sebagai hasil produk daur ulang.
- Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.
- Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk.mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.

c. Kesehatan dan Keselamaan Tenaga Kerja

- Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja.
- Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja.
- Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.
- Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.
- Mematuhi peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja.
- Mengungkapkan statistic kecelakaan kerja.
- Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja.
- Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental.

d. Lain-lain tentang Tentang Kerja

- Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita atau orang cacat.
- Mengungkapkan persentase atau jumlah tenaga kerja wanita atau orang cacat dalam tingkat managerial.
- Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita atau orang cacat dalam kerjaan.
- Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita dan orang cacat.
- Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja.
- Memberikan bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan.
- Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.
- Mengungkapkan bantuan atau bimbingan bagi tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang membuat kesalahan.
- Mengungkapkan perencanaan dan kepemilikan rumah karyawan.
- Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi.
- Mengungkapkan persentase gaji untuk pension.
- Mengungkapkan kebijakan penggajian dan perusahaan.
- Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan.
- Mengungkapkan tingkatan managerial yang ada.
- Mengungkapkan disposisi staf (dimana staf ditempatkan)
- Mengungkapkan jumlah staf, masa kerja dan kelompok usia mereka.
- Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.

- Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja.

e. Produk

- Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya.
- Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk.
- Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk.
- Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan.
- Membuat produk lebih aman untuk konsumen.
- Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan.
- Pengungkapan peningkatan kebersihan atau kesehatan dalam pengelolaan dan penyiapan produk.
- pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan.
- Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan.
- Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat, misalnya ISO 9000.

f. Keterlibatan Masyarakat

- Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni.

- Tenaga kerja paruh waktu (*part-time employment*) dari mahasiswa atau pelajar.
- Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat.
- Membantu riset medis.
- Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar, atau pameran seni.
- Membiayai program beasiswa.
- Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat.
- Mempromosikan kampanye nasional.
- Mendukung pengembangan industri local.

g. Umum

- Pengungkapan tujuan atau kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.
- Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas.

2.3.3 Tinjauan Teoritis Terhadap Motivasi Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Beberapa motivasi yang mungkin mendorong pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) anatar lain sebagai berikut :

1. Legitimasi Operasi Perusahaan (Teori Legitimasi)

Menurut teori legitimasi, organisasi atau perusahaan melakukan aktivitas tertentu dalam hal pengungkapan informasi karena untuk memperoleh legitimasi dalam masyarakat sekian dimana organisasi atau perusahaan tersebut beroperasi. Teori ini bertumpu pada kontrak sosial yang diartikan sebagai izin dari masyarakat untuk beroperasi. Pengungkapan informasi kepada publik adalah salah satu strategi yang dapat dilakukan organisasi atau perusahaan untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasinya.

Pengungkapan informasi mengenai hubungan dan dampak operasi sebuah organisasi atau perusahaan dengan masyarakat disekitarnya dapat diterapkan dalam empat strategi untuk mempertahankan legitimasinya. Strategi tersebut antara lain :

- a. Mengubah ekspektasi eksternal mereka terhadap kinerja organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.
- b. Mendidik dan menginformasikan kepada publik yang relevan mengenai perubahan-perubahan yang terjadi pada kinerja dan aktivitas organisasi atau perusahaan.
- c. Mengubah persepsi publik, tetapi tidak mengubah perilaku aktual mereka.
- d. Memanipulasi persepsi dengan mengalihkan perhatian publik kepada isu-isu yang berkaitan dengan tinjauan pada simbol-simbol emosional.

2. Mengelola Hubungan dengan Kelompok Stakeholder

Perusahaan atau organisasi dalam teori stakeholder juga dianggap sebagai bagian dari sistem sosial yang lebih luas, tetapi teori ini secara spesifik membedakan kelompok-kelompok stakeholder yang ada di dalam masyarakat.

Kekuatan stakeholder dapat diukur berdasarkan hal-hal berikut ini :

- a. Kemampuan dalam mempengaruhi konsumsi benda dan jasa yang diperoleh oleh organisasi.
- b. Kekuatan terhadap sumber daya terbatas (keuangan dan tenaga kerja).
- c. Kemampuan dalam melakukan perlawanan hukum terhadap organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.
- d. Akses terhadap media masa yang berpengaruh.

Perilaku yang berbeda dari kelompok-kelompok stakeholder harus dipertimbangkan oleh manajemen dalam menyusun strategi untuk mencapai kesesuaian antara aktivitas organisasi atau perusahaan dengan lingkungannya. Teori stakeholder juga menyarankan agar sebuah organisasi atau perusahaan mengidentifikasi apa saja yang dapat memuaskan stakeholder dan juga sedang dicari oleh stakeholder dari organisasi atau perusahaan tersebut.

3. Meningkatkan Kekayaan Pemegang Saham dan Manajer

Teori Akuntansi Positif mempunyai asumsi bahwa setiap orang melakukan aktivitas karena didorong oleh pemenuhan kepentingan pribadi. Jika semua orang beraktivitas untuk memenuhi kepentingan pribadinya maka kita juga dapat

mengartikan bahwa manajer memutuskan untuk mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena mereka mengharapkan akan mendapatkan peningkatan kekayaan dari aktivitas pelaporan tersebut.

4. Regulasi yang mewajibkan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Pasal 74 *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang wajib melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam. Kewajiban *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini dianggarkan dan diperhitungkan oleh perusahaan dan akan dimasukkan dalam anggaran perusahaan selama satu tahun.

Dalam Undang-Undang No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM) menyebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan kewajiban *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan dikenai sanksi, mulai dari teguran secara lisan, tertulis, hingga sanksi pencabutan izin usahanya.

5. Etika dan tanggung jawab sosial Perusahaan.

- a. Sesuai dengan keinginan para pemegang saham, dalam hal ini publik.
- b. Mengurangi tensi kebencian masyarakat kepada perusahaan yang kadang-kadang suatu kegiatan yang dibenci masyarakat tidak mungkin dihindari.
- c. Dapat menunjukkan respon positif perusahaan terhadap norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat, sehingga mendapat simpati masyarakat.

- d. Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat. Sehingga jika perusahaan memiliki tanggung jawab sosial mungkin dapat menghindari pembatasan kegiatan perusahaan.
 - e. Meningkatkan nama baik perusahaan, menimbulkan simpati langganan, simpati karyawan, simpati investor, dan lain-lain.
 - f. Keterlibatan sosial mungkin akan mempengaruhi perbaikan lingkungan masyarakat, yang mungkin akan menurunkan biaya produksi.
 - g. Keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan. Dalam jangka panjang, hal ini sangat menguntungkan perusahaan.
 - h. Membantu kepentingan nasional, seperti konservasi alam, pemeliharaan barang seni budaya, peningkatan pendidikan masyarakat, lapangan kerja, dan lain-lain.
6. Dari pendapat-pendapat para ahli diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi dan alasan perusahaan untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah :
- a. Upaya untuk meminimalkan resiko bisnis perusahaan.
 - b. Untuk meningkatkan legalitas perusahaan dihadapan stakeholder.
 - c. Untuk mendukung kesinambungan bisnis perusahaan.
 - d. Untuk menciptakan kesan yang baik tentang nilai sosial perusahaan.

2.4 HUBUNGAN ANTARA CSR DENGAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN

Di dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas pasal 74 menyebutkan bahwa perseroan wajib melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Bila tidak, perusahaan akan dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Perusahaan yang wajib melaksanakan *Corporate Social Responsibility* CSR adalah yang kegiatan usahanya berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam. Sedangkan perusahaan yang tidak menyentuh sama sekali sumber daya alam boleh melaksanakan *Corporate Social Responsibility* CSR secara sukarela.

Setelah diterapkannya *Corporate Social Responsibility* CSR, timbul kekhawatiran para pengusaha di Indonesia bahwa biaya *Corporate Social Responsibility* CSR akan menghambat perkembangan dunia usaha nasional. Ternyata biaya sosial yang dikeluarkan perusahaan lebih mengarah kepada citra positif dari masyarakat terhadap perusahaan dan juga berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Rasio-rasio profitabilitas diperlukan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan, karena rasio-rasio ini akan menunjukkan atau mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan.

Analisis laporan keuangan merupakan pendekatan dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan. *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Equity* (ROE), *Gross Profit Margin* merupakan bagian dari rasio profitabilitas. Semakin tinggi

rasio-rasio tersebut maka kinerja perusahaan dinilai semakin baik. Net Profit Margin merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan. Semakin besar rasio ini berarti semakin baik karena dianggap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba cukup tinggi. Sedangkan Gross Profit Margin merupakan persentase dari laba kotor dibandingkan dengan penjualan.

Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitable perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan menggunakan 5 perusahaan sebagai sampel. Penelitian tersebut menggunakan rasio *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Equity* (ROE), *Gross Profit Margin* sebagai rasio profitabilitas. Hasil penelitiannya yaitu untuk pengujian asosiasi (hubungan) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki hubungan yang signifikan dengan profitabilitas pada rasio NPM, GPM, dan ROE. Untuk pengujian regresi linear sederhana menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas pada rasio NPM, GPM. Tetapi pengungkapan CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas pada rasio ROE perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.