

BAB II.

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Profitabilitas Perusahaan

Menurut Moh Toharudin (2021:40) mendefinisikan kajian Pustaka sebagai berikut:

“Kajian pustaka adalah kegiatan yang meliputi mencari, membaca, dan menelaah laporan-laporan penelitian dan bahan pustaka yang memuat teori-teori yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan”.

2.1.1.1 Definisi Profitabilitas

Tujuan utama perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan sebesarbesarnya. Indikator profitabilitas dapat menunjukkan kinerja keuangan suatu perusahaan.

Menurut Kasmir (2019:11) mendefinisikan profitabilitas perusahaan sebagai berikut:

“Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba atau laba dalam jangka waktu tertentu. Rasio juga memberikan ukuran seberapa efektif bisnis dikelola seperti yang dinyatakan oleh keuntungan yang dihasilkan dari penjualan atau pendapatan investasi”.

Menurut Riyanto (2023) mendefinisikan profitabilitas perusahaan sebagai berikut:

“Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba atau laba dalam jangka waktu tertentu. Rasio juga memberikan ukuran seberapa efektif bisnis dikelola seperti yang dinyatakan oleh keuntungan yang dihasilkan dari penjualan atau pendapatan investasi”.

Menurut Hery (2016:192) mendefinisikan rasio profitabilitas sebagai berikut:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya”.

Berdasarkan ketiga definisi tersebut diatas maka dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan nilai ekonomis yang dihasilkan dari modal usaha baik modal secara keseluruhan maupun sebagian sehingga perusahaan mendapat nilai ekonomis tersebut 100%.

2.1.1.2 Tujuan Penggunaan Rasio Profitabilitas

Menurut Riyanto (2023) ada beberapa tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan yaitu:

1. Mengukur Kinerja Laba Perusahaan
2. Membandingkan Laba Antar Tahun
3. Menilai Perkembangan Laba dari Waktu ke Waktu
4. Evaluasi Laba Bersih terhadap Modal Sendiri
5. Mengukur Produktivitas Dana Perusahaan

2.1.1.3 Indikator Penilaian Profitabilitas

Menurut Kasmir (2023) indikator penilaian profitabilitas perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Margin Laba Bersih (Net Profit Margin)

Margin laba bersih mengukur persentase laba bersih terhadap total pendapatan atau penjualan. Ini memberikan gambaran tentang seberapa efisien perusahaan dalam menghasilkan laba dari setiap unit pendapatan.

Semakin tinggi margin laba bersih, semakin baik perusahaan dalam mengelola biaya dan pengeluaran untuk menghasilkan laba.

Dengan rumus sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

Sumber: Kasmir, 2023

2. Return on Assets (ROA)

Mengukur seberapa efektif perusahaan dalam menggunakan total asetnya untuk menghasilkan laba. Ini menunjukkan laba bersih sebagai persentase dari total aset yang dimiliki perusahaan. ROA yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan efisien dalam memanfaatkan aset untuk mencapai laba. Indikator ini berguna untuk mengevaluasi seberapa baik perusahaan mengelola asetnya untuk menghasilkan laba dan membandingkan kinerja antar perusahaan.

Dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Sumber: Kasmir, 2023

3. Return on Equity (ROE)

Mengukur laba bersih yang dihasilkan dari ekuitas pemegang saham. Ini menunjukkan seberapa baik perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham. ROE yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memberikan hasil yang baik kepada pemegang saham dari modal yang mereka investasikan.

Dengan rumus sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

Sumber: Kasmir, 2023

2.1.2 *Good Corporate Governance*

2.1.2.1 Definisi *Good Corporate Governance*

Menurut Kristian dan Yopi Gunawan (2018:149) *Good Corporate Governance* didefinisikan sebagai berikut:

“Suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organisasi perusahaan (Pemegang saham/Pemilik modal, Komisaris/Dewan Pengawas dan Direksi) untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders* lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan dan nilai-nilai etika”.

Menurut Riska Franita (2018) *Good Corporate Governance* didefinisikan sebagai berikut:

“*Good Corporate Governance* adalah suatu sistem yang mengelola dan mengawasi proses pengendalian usaha yang berjalan secara berkesinambungan untuk menaikkan nilai saham, yang akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan dan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada shareholders tanpa mengabaikan kepentingan *stakeholder* yang meliputi karyawan, kreditur, dan masyarakat.”

Menurut *Cadbury Commite of United Kingdom* dalam Sukrisno Agoes (2011) menyatakan bahwa:

“Tata kelola perusahaan yang baik adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka. Dengan kata lain, itu adalah suatu sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan”.

Berdasarkan teori diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *Good Corporate Governance* adalah struktur sistem tata kelola perusahaan yang mempertimbangkan kepentingan *stakeholders* berdasarkan peraturan yang telah ditetapkan.

2.1.2.2 Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance*

Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance* menurut Kristian dan Yopi

Gunawan (2018:158) yaitu sebagai berikut:

1. Transparansi (*transparency*) yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengungkapkan informasi material dan informasi yang relevan mengenai perusahaan.
2. Akuntabilitas (*accountability*) yaitu kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban organ sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.
3. Pertanggungjawaban (*responsibility*) yaitu kesesuaian di dalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
4. Kemandirian (*independency*) yaitu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
5. Kewajaran (*fairness*) yaitu keadilan dan kesetaraan di dalam memenuhi hak-hak Pemangku Kepentingan (*stakeholders*) yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2.1.2.3 Indikator *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance memiliki beberapa komponen, yaitu:

1. Struktur Kepemilikan

Struktur kepemilikan merupakan salah satu faktor terpenting yang dapat berkontribusi untuk mengurangi masalah keagenan di perusahaan (Saidat, Silva, & Seaman, 2018). Alchian dan Demsetz (1972) menyatakan bahwa konsentrasi kepemilikan telah diusulkan sebagai mekanisme internal untuk memantau perilaku manajer oleh pemegang saham untuk meredakan masalah konflik intra perusahaan. Beberapa variabel dalam struktur kepemilikan yaitu:

a. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham oleh manajemen perusahaan yang diukur dengan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen (Budiarti & Sulistyowati, 2014). Menurut Jensen dan Meckling (2009), kepemilikan manajerial dapat mengurangi masalah keagenan dari manajer dengan menyelaraskan kepentingan manajer dengan para stakeholder. Kepentingan manajer dapat disatukan dengan kepentingan stakeholder jika proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajer dan direktur diperbesar, dimana proporsi saham akan menunjukkan

penurunan kecenderungan manipulasi oleh manajemen (Purwanto, Bustaram, Subhan, & Risal, 2020).

b. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh suatu lembaga (Purwanto, Bustaram, Subhan, & Risal, 2020). Menurut Utami dan Rahmawati (2015), tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menyebabkan upaya pengawasan yang lebih besar dari sisi investor sehingga dapat mengurangi perilaku oportunistik dari manajer.

2. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris memegang peranan penting dalam mengarahkan strategi dan mengawasi jalannya perusahaan serta memastikan bahwa para manajer benar-benar meningkatkan kinerja perusahaan sebagai bagian daripada pencapaian tujuan perusahaan (Nasrum & Akal, 2015). Secara umum, dewan komisaris ditugaskan dan diberi tanggung jawab atas pengawasan kualitas informasi yang terkandung dalam laporan keuangan.

3. Dewan Direksi

Dewan direksi dalam suatu perusahaan akan menentukan kebijakan yang akan diambil atau strategi perusahaan tersebut secara jangka pendek maupun jangka panjang (Nasrum & Akal, 2015).

4. Komisaris Independen

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan (Komite Nasional Kebijakan Governance, 2006).

5. Komite Audit

Komite audit yang bertanggung jawab untuk mengawasi laporan keuangan, mengawasi audit eksternal, dan mengamati sistem pengendalian internal (termasuk audit internal) dapat mengurangi sifat oportunistik manajemen yang melakukan manajemen laba (earnings management) dengan cara mengawasi laporan keuangan dan melakukan pengawasan pada audit eksternal.

Dalam penelitian ini indikator yang digunakan dalam perhitungan *Good Corporate Governance* adalah Kepemilikan Institusional menurut Wibowo (2015) yang didapat dengan rumus sebagai berikut:

$$KI = \frac{\text{Jumlah Lembar Saham Institusi}}{\text{Jumlah Lembar Saham Perusahaan}} \times 100\%$$

Sumber: Wibowo, 2015

Dengan menerapkan prinsip-prinsip GCG secara konsisten, perusahaan dapat mengurangi risiko, meningkatkan kinerja, dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat. Sebagai bagian dari komitmen terhadap GCG, perusahaan harus terus beradaptasi dengan perubahan regulasi, menilai praktik-praktik mereka secara berkala, dan berupaya untuk memenuhi harapan masyarakat serta pemangku kepentingan. GCG bukanlah sekadar kewajiban, melainkan landasan strategis untuk kesuksesan dan keberlanjutan perusahaan di masa depan.

2.1.3 Corporate Social Responsibility

2.1.3.1 Definisi Corporate Social Responsibility

Menurut (Mahyaruddin, 2012: 17) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut:

“*Corporate Social Responsibility* adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada”.

Adapun (Mahyaruddin, 2012: 17) menyatakan sebagai berikut:

“Perusahaan dalam bekerja harus mengedepankan prinsip moral dan etis dengan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat”.

Pandangan yang lebih komprehensif tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui teori paradigma tanggung jawab sosial perusahaan. Menurutnya, tanggung jawab perusahaan dapat dilihat dari empat dimensi (ekonomi, hukum, etis, dan filantropis) yang saling terkait. Untuk memenuhi tanggung jawab ekonomis, sebuah perusahaan harus mampu menghasilkan laba sebagai fondasi untuk menjaga keberlangsungan dan pertumbuhannya. Tanggung jawab ekonomis ini mencerminkan dorongan primitif perusahaan sebagai entitas bisnis untuk mencapai keuntungan (laba).

2.1.3.2 Model *Corporate Social Responsibility*

Adapun menurut Rasmewahni (2022:10-11) menjelaskan bahwa:

“Model tiga dimensi diatas terdiri atas tiga komponen, yaitu komponen filosofis, kategori tanggung jawab sosial, dan masalah sosial yang perlu mendapat perhatian.

- a) Komponen filosofis yang dianut oleh perusahaan tentang bentuk tanggapannya terhadap tanggung jawab sosial perusahaan yang bersangkutan dapat diklasifikasikan menjadi empat kategori yaitu filsafat proaktif (manifestasinya bukan terlihat pada rumusan dan penerapan kebijaksanaan yang menunjukkan kepekaan sosial dan komitmen yang besar untuk berpartisipasi dalam menyelesaikannya), filsafat akomodatif memberikan respons terhadap masalah-masalah yang dipandang actual dibidang sosial, lingkungan, dan harapan masyarakat tertentu yang bersifat menunggu sampai ada pihak yang meminta partisipasi mereka). Tipe dan bentuk filsafat itulah yang menentukan sikap, kebijaksanaan, dan tindakan perusahaan mengenai kategorisasi tanggung jawab sosial yang akan dipikul dan isu sosial yang akan mendapat perhatian.
- b) Dimensi kedua dari model adalah kategorisasi tanggung jawab sosial perusahaan. Tiga komponen yang menonjol yaitu tanggung jawab untuk memegang teguh norma-norma etika yang berlaku, tanggung jawab untuk taat kepada berbagai ketentuan normatif seperti peraturan perundang-undangan, dan tanggung jawab dibidang ekonomi”.

2.1.3.3 Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility dibagi menjadi tiga komponen prinsip dasar yang dikenal dengan istilah Triple Bottom Lines (3P) yaitu sebagai berikut (John Elkington, 1997) yang dikutip oleh (Hasibuan dan Sedyono, 2006):

1. Keuntungan (*Profit*)

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha termasuk perusahaan. Tetapi, perusahaan tidak boleh hanya memiliki keuntungan bagi organisasinya saja tetapi harus dapat memberi kemajuan ekonomi bagi para stakeholdernya dan apa tindakan yang sudah dilakukan perusahaan untuk memperkuat ketahanan ekonomi di dalam masyarakat.

2. Manusia (*People*)

Perusahaan harus bertanggung jawab untuk memajukan dan mensejahterakan sosial serta seluruh stakeholdernya. Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu stakeholder penting bagi perusahaan. Perusahaan bisa membuat kegiatan untuk membangun masyarakat dan sumber daya manusia.

3. Lingkungan

Perusahaan harus menjaga keadaan lingkungan khususnya di sekitar lingkungan perusahaan karena sudah kewajiban perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan. Perusahaan harus melakukan penerapan proses produksi yang bersih, aman dan bertanggung jawab.

Dengan konsep ini dapat memberikan pemahaman bahwa perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*), melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).

2.1.3.4 Indikator *Corporate Social Responsibility*

Tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat diukur menggunakan metode analisis konten. Analisis konten adalah sebuah metode yang mengkategorikan teks berdasarkan kesamaan karakteristiknya, yang kemudian dikelompokkan ke dalam kategori tertentu sesuai dengan kriteria yang telah

ditetapkan. Analisis konten ini dilakukan dengan menggunakan daftar periksa (*checklist*), di mana pengungkapan sosial perusahaan dievaluasi dalam tujuh kategori, yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, aspek tenaga kerja lainnya, produk, keterlibatan masyarakat, dan kategori umum. Rumus untuk menghitung *CSDI* adalah sebagai berikut:

$$CSDI_j = \frac{\sum X_{yi}}{n_j}$$

Sumber: Darwin, 2009

Keterangan:

CSDI_j : *Corporate Social Responsibility disclosure index* perusahaan j

$\sum X_{yi}$: Jumlah item pengungkapan I, perusahaan j

n_j : Jumlah item pengungkapan j

Indikator pengungkapan CSR diukur berdasarkan standar *Global Reporting Initiative (GRI)*. *GRI* banyak menggunakan kerangka kerja laporan keberlanjutan dan terus berupaya untuk meningkatkan komitmen dalam hal perbaikan serta penerapan yang dapat diterapkan secara global (globalreporting.org). Indikator-indikator yang terdapat dalam *GRI* meliputi:

1. Indikator kinerja ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator kinerja lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator kinerja tenaga kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator kinerja hak asasi manusia (*human rights performance indicator*)
5. Indikator kinerja sosial (*social performance indicator*)
6. Indikator kinerja produk (*product performance indicator*)

Pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan dengan menggunakan indeks CSR, yang merupakan ukuran dari tingkat pengungkapan relatif setiap perusahaan sampel terkait aktivitas sosial yang dilaporkannya (Zuhroh

dan Sukmawati, 2003). Berdasarkan Global Reporting Initiative (GRI), terdapat 91 item yang harus diungkapkan. Sehingga rumus yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini untuk menghitung CSR adalah perhitungan menurut Zuhroh dan Sukmawati (2003) yaitu:

$$CSRDI = \frac{\text{Jumlah item } CSR \text{ yang diungkapkan}}{91 \text{ item informasi } CSR} \times 100\%$$

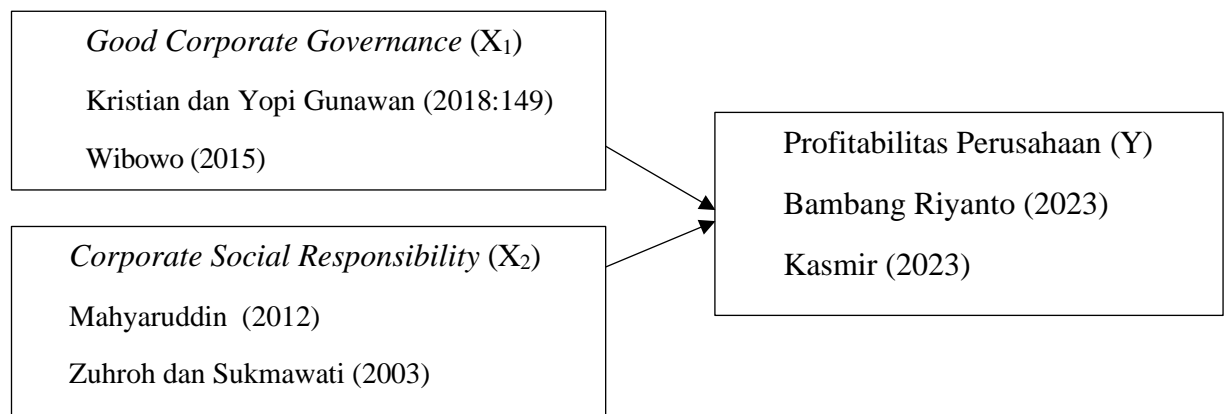
Sumber: Zuhroh dan Sukmawati, 2003

Menurut Kuntari dan Sulistyani (2007), salah satu metode atau pendekatan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan adalah dengan melaporkannya dalam laporan tahunan (*disclosure in annual report*). Instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur pengungkapan CSR adalah *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)*.

2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2019:95) mendefinisikan kerangka pemikiran sebagai berikut:

“Kerangka Pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”.



Gambar 2. 1
Paradigma Penelitian

2.2.1 *Good Corporate Governance* dan Profitabilitas Perusahaan

Penerapan *GCG* pada saat ini bukan lagi sekedar kewajiban, namun telah menjadi kebutuhan bagi setiap perusahaan dan organisasi agar dapat bertahan dan tangguh dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Menurut Hamdani (2016:127) “Kinerja keuangan perusahaan ditentukan dari sejauh mana perusahaan serius dalam melakukan tata kelola perusahaan yang baik, semakin serius perusahaan menerapkan *GCG* maka kinerja keuangan perusahaan makin meningkat”. Menurut Heriyanto, Sherly dan Imam (2016:2) dengan adanya *Good Corporate Governance (GCG)* dalam perusahaan, profitabilitas perusahaan akan meningkat dan citra perusahaan akan semakin baik. Faizal (2004) menyatakan bahwa semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegah terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar tingkat kepemilikan saham institusi maka semakin efektif mekanisme pengendalian terhadap kinerja manajemen.

2.2.2 *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas Perusahaan

Perusahaan tidak bisa hanya bergantung pada penjualan untuk meningkatkan pendapatan dan mendapatkan keuntungan; mereka juga harus memperhatikan kepedulian terhadap lingkungan dan aspek sosial. Ini disebabkan karena konsumen saat ini lebih cerdas dalam memilih produk yang akan mereka beli. Kini, masyarakat cenderung memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan atau yang melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. CSR yang dikelola dengan baik dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan, baik dari segi finansial maupun non-finansial. CSR dapat meningkatkan profitabilitas melalui efisiensi operasional, pengembangan produk yang ramah lingkungan, serta membangun citra positif di mata konsumen dan investor (Soeharto, 2010). Menurut Multafia Almar (2012) dalam penelitiannya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengungkapan *CSR* dengan profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *ROA*.

2.3 Hipotesis

Menurut Muslich et al (2020:47) menyatakan definisi hipotesis sebagai berikut:

“Hipotesis adalah pernyataan hubungan antara variabel dengan variabel, yang bersifat sementara atau bersifat dugaan, atau yang masih lemah.”

Berdasarkan hubungan antara variabel dalam kerangka pemikiran, maka dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁: Pengungkapan *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan

H₂: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan