

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Teori *Stakeholders***

*Stakeholders* merupakan semua pihak baik internal maupun pihak eksterna yang mempunyai hubungan yang bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Batasan *stakeholder* tersebut mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang dipengaruhi dan mempengaruhi baik langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil oleh perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholders* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholders*, Hadi (2011).

Solihin (2011) mengklasifikasikan pemangku kepentingan ke dalam dua kategori, yaitu : *Inside stakeholders*, terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Pihak-pihak yang termasuk ke dalam kategori *inside stakeholders* adalah pemegang saham, para manajer, dan karyawan. *Outside stakeholders* terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak yang

bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan perusahaan. Pihak-pihak yang termasuk ke dalam *outside stakeholders* adalah pelanggan, pemasok, pemerintah, masyarakat lokal dan masyarakat secara umum.

Membantu manajemen perusahaan mengerti akan lingkungan *stakeholders* mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efisiensi diantara keberadaan hubungan-hubungan lingkungan perusahaan mereka merupakan tujuan utama dari teori *stakeholders*. Akan tetapi tujuan yang lebih luas dari *stakeholders* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam memaksimalkan nilai dari dampak aktivitas-aktivitas mereka, dan meminimumkan kerugian-kerugian bagi *stakeholders*.

Berdasarkan penjelasan dari *stakeholders* ini, maka perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdersnya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Untuk memenuhi keinginan para *stakeholders* akan memberikan dukungan penuh kepada aktifitas perusahaan dapat meningkatkan kinerja dan mencapai laba yang diinginkan.

### 2.1.2. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasi utamanya dan kaitannya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Priantana, 2011 : 67). *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)* mendefinisikan CSR sebagai “*Business’s contribution to sustainable development and that corporate behavior must be but only ensure returns to stakeholders, wages to employees, and products and services to consumers, but they must respond to societal and environmental concerns and value*”. Definisi tersebut menjelaskan CSR sebagai kontribusi perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan serta perilaku perusahaan (korporat) yang tidak semata-mata menjamin adanya return bagi para pemegang saham, upah bagi para karyawan, produk serta jasa bagi para pelanggan, melainkan perusahaan juga harus memberikan perhatian terhadap berbagai hal yang dianggap penting serta nilai-nilai masyarakat.

Pengungkapan CSR menjadi pertimbangan investor dalam mengambil keputusan investasi. Kegiatan CSR merupakan bukti bahwa perusahaan peduli terhadap lingkungan dan sosial. Selain dapat memperbaiki citra perusahaan, kegiatan - kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan juga dapat meningkatkan penjualan. Hal ini

disebabkan karena konsumen cenderung tertarik membeli produk yang sebagian labanya disisihkan untuk kepentingan sosial lingkungan, misalnya untuk beasiswa, bantuan untuk korban bencana, pelestarian lingkungan, dan sebagainya.

Perusahaan-perusahaan di Indonesia mengukur pengungkapan CSR pada laporan tahunan dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* yang akan dinilai dengan membandingkan jumlah item yang diungkapkan dengan jumlah pengungkapan yang diisyaratkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*) yang meliputi 78 item yang terdiri dari 13 item lingkungan, 7 item energi, 8 item kesehatan dan keselamatan kerja, 29 item lain-lain tenaga kerja, 10 item produk, 9 item keterlibatan masyarakat, dan 2 item umum.

(GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang memelopori perkembangan dunia, GRI menggunakan kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen untuk terus melakukan perbaikan di seluruh dunia. Tujuan GRI yaitu untuk membantu para investor, pemerintah, perusahaan dan masyarakat umum untuk memahami proses peningkatan dalam pencapaian keberlanjutan, sedangkan misi GRI yaitu meningkatkan laporan secara berkelanjutan pada tingkat yang sama dengan laporan keuangan melalui pengembangan kerangka laporan umum yang dapat diterima ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)). Menurut hasil penelitian Febrianty

(2014) menyatakan bahwa laporan keuangan menjadi lebih berarti sehingga dapat dipahami dan dimengerti oleh berbagai pihak, perlu dilakukan analisis laporan keuangan, dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya.

**Tabel 2.1**  
**Daftar item dan *score* pengungkapan CSR**

<b>Lingkungan</b>		<b>Score</b>
1	Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi.	1
2	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi.	1
3	Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi.	1
4	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi.	1
5	Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas.	1
6	Penggunaan material daur ulang.	1
7	Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan.	1
8	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.	1
9	Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.	1
10	Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah.	1
11	Pengolahan limbah	1
12	Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan.	1
13	Perlindungan lingkungan hidup	1
<b>Energi</b>		<b>1</b>
1	Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi	1
2	Memfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.	1
3	Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.	1
4	Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.	1
5	Peningkatan efisiensi energi dari produk.	1

6	Riset yang mengarahkan pada peningkatan efisiensi energi dari produk	1
7	Kebijakan energi perusahaan.	1
<b>Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja</b>		
1	Mengurangi populasi, iritasi, atau risik dalam lingkungan kerja.	1
2	Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental	1
3	Statistik kecelakaan kerja.	1
4	Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja.	1
5	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.	1
6	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.	1
7	Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja.	1
8	Pelayanan kesehatan tenaga krja.	1
<b>Lain-lain tenaga kerja</b>		
1	Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat	1
2	Persentasi/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat manajerial.	1
3	Tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan	1
4	Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat.	1
5	Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu ditempat kerja.	1
6	Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan.	1
7	Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.	1
8	Bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan.	1
9	Perencanaan kepemilikan rumah karyawan.	1
10	Fasilitas untuk aktivitas rekreasi	1
11	Presentase gaji untuk pensiun	1
12	Kebijakan penggajian dalam perusahaan	1
13	Jumlah tenaga kerja dalam perusahaan.	1
14	Tingkat manajerial yang ada.	1
15	Disposisi staff – dimana staff ditempatkan.	1
16	Jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka	1
17	Statistik tenaga kerja, misal : penjualan per tenaga kerja	1
18	Kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.	1

19	Rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja	1
20	Rencana pembagian keuntungan lain.	1
21	Informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan motivasi kerja.	1
22	Informasi stabilisasi pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan.	1
23	Laporan tenaga kerja yang terpisah.	1
24	Hubungan perusahaan dengan serikat buruh.	1
25	Gangguan dan aksi tenaga kerja.	1
26	Informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegoisiasikan.	1
27	Kondisi kerja secara umum.	1
28	Reorganisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja.	1
29	Statistik perputaran tenaga kerja.	1
<b>Produk</b>		
1	Pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasan.	1
2	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk.	1
3	Informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk.	1
4	Produk memenuhi standart keselamatan	1
5	Membuat produk lebih aman untuk konsumen	1
6	Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan	1
7	Meningkatkan kebersihan atau kesehatan dalam pengolahan dan penyimpanan produk	1
8	Informasi atas keselamatan produk perusahaan.	1
9	Informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan	1
10	Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (ISO 9000)	1
<b>Keterlibatan Masyarakat</b>		
1	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni	1
2	Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa atau pelajar.	1
3	Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat.	1
4	Membantu riset medis	1
5	Sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar, atau pameran seni	1
6	Membiyai program beasiswa	1
7	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat.	1

8	Sponsor kampanye nasional	1
9	Mendukung pengembangan industri lokal	1
<b>Umum</b>		
1	Tujuan untuk kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.	1
2	Konfirmasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebut di atas	1
<b>Total</b>		<b>78</b>

Sumber : GRI

Adapun kriteria untuk mengukur efektivitas *Gross profit margin*, diukur dengan kriteria kinerja keuangan sebagai berikut :

**Tabel 2.2**  
**Standar Kinerja Keuangan CSR**

CSR (%)	Predikat
≥ 60	Sangat Baik
45 - 59,99	Baik
30 - 44,99	Cukup Baik
15 – 29,99	Kurang Baik
≤1-14,9	Buruk

Sumber : GRI

Laporan pertanggungjawaban sosial berguna agar masyarakat mengetahui aktivitas-aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan. Hal ini penting mengingat masyarakat merupakan salah satu pihak yang merasakan dampak dari aktivitas perusahaan. Perusahaan akan mendapatkan manfaat dalam melakukan praktik dan pengungkapan CSR antara lain peningkatan penjualan, memperkuat *brand positioning*, meningkatkan citra perusahaan, menurunkan biaya operasi, serta meningkatkan daya

tarik perusahaan di mata investor dan analisis keuangan (csnetwork.org, 2006 dalam Said , 2013).

### **2.1.3. Profitabilitas**

Menurut Sartono (2010:122), menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Kinerja keuangan perusahaan dapat diketahui dengan menggunakan rasio profitabilitas. Rasio ini sangat penting untuk mengetahui sampai sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba, baik yang berasal dari kegiatan operasional maupun kegiatan non operasional.

Bagi investor, informasi profitabilitas perusahaan dapat dijadikan tolak ukur apakah investor tetap mempertahankan investasi mereka atau mencari alternatif lain. Apabila tingkat profitabilitas perusahaan terlihat baik, maka investor akan melirik perusahaan tersebut dan akan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Semakin banyak investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya maka semakin baik pula kinerja keuangan perusahaan dan dampak pada naiknya harga saham yang berarti pula naiknya nilai perusahaan.

Menurut Sutrisno (2012: 222), rasio keuntungan (*profitability ratios*) dapat diukur dengan beberapa indikator, yaitu :

### 2.1.3.1. *Gross Profit Margin*

*Gross Profit Margin* merupakan rasio yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. *Gross profit margin* merupakan prosentasi dari laba kotor dibandingkan dengan sales. Menurut Lukviaman (2006 : 36). Rumus menghitung *Gross Profit Margin* adalah :

$$GPM = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Adapun kriteria untuk mengukur efektivitas *Gross profit margin*, diukur dengan kriteria kinerja keuangan sebagai berikut :

**Tabel 2.3**  
**Standar Kinerja Keuangan GPM**

GPM (%)	Predikat
≥ 10	Sangat Baik
5 - 9,99	Baik
1 - 4,99	Cukup Baik
0 – 0,99	Kurang Baik
≤ 0	Buruk

Sumber : [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

### 2.1.3.2. Net Profit Margin

Rasio ini memberikan laba untuk para pemegang saham sebagai persentase dari penjualan. Semakin besarnya *rasio net profit* margin menunjukkan bahwa manajemen telah bekerja secara efisien baik dalam pengelolaan produksi dan perasional maupun penjualan. Rasio ini merupakan ukuran kemampuan perusahaan untuk mengubah setiap rupiah yang diperoleh dari penjualan menjadi keuntungan bersih (*net profit*). Rumus yang digunakan dalam menghitung *net profit margin* (NPM) menurut Gitman (2012) adalah:

$$NPM = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

Adapun kriteria untuk mengukur efektivitas *net profit margin*, diukur dengan kriteria kinerja keuangan sebagai berikut :

**Tabel 2.4**  
**Standar Kinerja Keuangan NPM**

NPM (%)	Predikat
≥ 10	Sangat Baik
5 - 9,99	Baik
1 - 4,99	Cukup Baik
0 – 0,99	Kurang Baik
≤ 0	Buruk

Sumber : [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

### 2.1.3.3. *Operating Profit Margin (OPM)*

*Operating profit margin* merupakan perbandingan antara laba usaha dan penjualan. *Operating profit margin* merupakan rasio yang menggambarkan apa yang biasanya disebut pure profit yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan (Syamsuddin, 2009:61). *Operating profit* disebut murni (*pure*) dalam pengertian bahwa jumlah tersebutlah yang benar-benar diperoleh dari hasil operasi perusahaan dengan mengabaikan kewajiban-kewajiban finansial berupa bunga serta kewajiban terhadap pemerintah berupa pembayaran pajak. Apabila semakin tinggi *operating profit margin* maka akan semakin baik pula operasi suatu perusahaan.

Cara menghitung OPM adalah :

$$OPM = \frac{\text{Laba bersih sebelum pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Adapun kriteria untuk mengukur efektivitas *Operating profit margin*, diukur dengan kriteria kinerja keuangan sebagai berikut :

**Tabel 2.4**  
**Standar Kinerja Keuangan OPM**

OPM (%)	Predikat
$\geq 10$	Sangat Baik
5 - 9,99	Baik
1 - 4,99	Cukup Baik
0 - 0,99	Kurang Baik
$\leq 0$	Buruk

Sumber : [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

#### 2.1.3.4. *Return on Equity (ROE)*

*Return on Equity (ROE)* adalah rasio kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal yang dimiliki (Sutrisno, 2012). Hasil pengembalian atas modal (ROE) juga merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi modal dalam menciptakan laba bersih (Hery, 2015). Rasio ini dengan demikian menghubungkan laba bersih yang diperoleh dari operasi perusahaan dengan jumlah modal sendiri yang dimiliki. Apabila *Return On Equity* semakin tinggi, maka suatu perusahaan memiliki peluang untuk memberikan pendapatan yang besar bagi para pemegang saham. Perusahaan yang tidak dapat menghasilkan laba secara maksimal dari dana yang telah diberikan oleh pemegang saham yang berarti kinerja keuangan perusahaan tersebut kurang baik.

Menurut Syamsuddin (2009) ROE dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

Adapun kriteria untuk mengukur efektivitas ROE diukur dengan kriteria kinerja keuangan sebagai berikut :

**Tabel 2.5**  
**Standar Kinerja Keuangan ROE**

ROE (%)	Predikat
$\geq 15$	Sangat Baik
12,5 – 15	Baik
5 - 12,49	Cukup Baik
0 – 4,9	Kurang Baik
$\leq 0$	Buruk

Sumber : [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

#### 2.1.3.5. Return On Assets (ROA)

Menurut Harrison (2012), *Return on Assets* (ROA) merupakan salah satu rasio untuk mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. Profitabilitas suatu perusahaan dapat diukur dengan menghubungkan antara keuntungan atau laba yang diperoleh dari kegiatan pokok perusahaan dengan kekayaan atau aset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan perusahaan (*operating asset*). *Operating Asset* adalah semua aktiva kecuali investasi jangka panjang dan

aktiva-aktiva lain yang tidak digunakan dalam kegiatan atau usaha memperoleh penghasilan yang rutin atau usaha pokok perusahaan.

Pengukuran kinerja keuangan perusahaan dengan ROA menunjukkan kemampuan atas modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Menurut Syamsuddin (2013) ROA dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih sebelum pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Adapun kriteria untuk mengukur efektivitas ROA diukur dengan kriteria kinerja keuangan sebagai berikut :

**Tabel 2.6**  
**Standar Kinerja Keuangan ROA**

ROA (%)	Predikat
$\geq 1,5$	Sangat Baik
1,25 – 1,5	Baik
0,5 - 1,249	Cukup Baik
0 – 0,49	Kurang Baik
$\leq 0$	Buruk

Sumber : [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

#### 2.1.3.6. Return On Investment

Menurut Hanafi (2012) *Return On Investment* (ROI) adalah pengukuran kemampuan suatu perusahaan dalam

menghasilkan keuntungan bersih yang menggunakan total harta perusahaan yang dimiliki. Rumus mencari ROI adalah:

$$ROI = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Adapun kriteria untuk mengukur efektivitas ROI

diukur dengan kriteria kinerja keuangan sebagai berikut :

**Tabel 2.7**  
**Standar Kinerja Keuangan ROI**

ROI (%)	Predikat
$\geq 15$	Sangat Baik
12 – 15	Baik
8,5 - 11,9	Cukup Baik
5 – 8,49	Kurang Baik
$\leq 4,99$	Buruk

Sumber : [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

#### **2.1.4. Hubungan *Corporate Sosial Responsibility* dan Profitabilitas**

CSR dapat dilakukan dengan berbagai cara sebagai salah satu strategi dalam meminimalisir risiko dan meningkatkan profitabilitas. Pelaksanaan CSR memberikan banyak manfaat antara lain menurunkan biaya operasional perusahaan, meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar, menarik calon investor melalui citra positif yang tercipta dan lain sebagainya. Reputasi perusahaan menjadi perhatian oleh calon investor yang dapat dinilai dari profitabilitas perusahaan sehingga perlu dijaga untuk mendukung keberlangsungan hidup perusahaan. Melalui CSR diharapkan

mampu mencapai tujuan utama perusahaan yaitu mencari laba tanpa mengabaikan kepentingan stakeholders dan kelestarian lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab atas dampak yang telah ditimbulkan akibat kegiatan operasional perusahaan.

Perusahaan yang tidak melakukan CSR akan cenderung mendapatkan protes/demo dari masyarakat yang dapat mengakibatkan terhentinya kegiatan operasi perusahaan dan menimbulkan kerugian, sebaliknya perusahaan yang melakukan CSR dengan baik dapat terhindar dari protes masyarakat sehingga perusahaan dapat terus beroperasi dengan efektif sehingga mencapai keuntungan dan mencapai tujuan profit keseluruhan. Peningkatan keuntungan perusahaan jelas berbanding lurus dengan peningkatan rasio-rasio profitabilitas perusahaan yang terdiri dari *Gross Profit Margin (GPM)*, *Net Profit Margin (NPM)*, *Operating Profit Margin (OPM)*, *Return On Equity (ROE)*, *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Investment (ROI)*. Peneliti menyimpulkan bahwa pernyataan diatas telah sesuai dengan teori stakeholder yang menjelaskan bahwa CSR dapat dijadikan sebagai strategi perusahaan untuk memuaskan keinginan stakeholder agar stakeholder memberikan dukungan kepada perusahaan yang nantinya akan memberikan dampak positif terhadap pengoptimalan profitabilitas perusahaan.

## 2.2. Penelitian Sebelumnya

Pembelajaran terhadap penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan juga sebagai acuan yang dapat mempejelas pembahasan peneliti. Sebelum penulis melakukan penelitian, penulis membandingkan 5 penelitian sebelumnya untuk bisa melihat kekurangan dan kelebihan pada penelitian yang dilakukan penulis.

Menurut Fitria Ayuning Putru, Darminto dan Dwiatmanto (2014), berdasarkan hasil penelitian yang berjudul pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan (studi pada indeks sri-kehati yang listing di bei periode 2010-2012). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA dan ROE, namun CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap EPS.

Oktaviani Nur Fadila (2016), berdasarkan hasil penelitian yang berjudul pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas dan likuiditas pada perusahaan tobacco manufactures. Dalam penelitian ini variabel independen adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) sedangkan variabel dependennya adalah *Return on Equity* (ROE) dan *Current Rasio* (CR). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity* (ROE) dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *Current Rasio* (CR).

Nur Salina, Dwi Kartikasari, S.T., M.B.A. (2017), tentang pengaruh pengungkapan program *Corporate Social Responsibility* terhadap

profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya terdapat satu item CSR yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA) yaitu indikator masyarakat sosial. Sementara untuk variabel NPM hanya terdapat indikator kinerja lingkungan yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Net Profit Margin* (NPM).

Menurut Robby Heryanto dan Agung Juliarto (2017) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014- 2015). Hasil dari penelitian ini adalah Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki hubungan positif dengan profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Earning per Share* (EPS), dan *Net Profit Margin* (NPM). Tetapi, hanya dengan proksi *Net Profit Margin* (NPM) variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan secara signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggipengungkapan CSR suatu perusahaan, akan meningkatkan laba yang diperoleh dari penjualan perusahaan, karena konsumen lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang melakukan tanggungjawab sosial, dan memiliki citra yang baik di masyarakat.

Wiwik Rahayu, Darminto dan Topowijoyo (2014) dalam penelitiannya Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor

Pertambahan Periode 2012-2013 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel pengungkapan CSR terhadap profitabilitas perusahaan yaitu ROA dan ROE.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada metode. Metode yang digunakan menggunakan metode profitabilitas. Dimana metode ini menggunakan rasio yaitu *Gross Profit Margin (GPM)*, *Net Profit Margin (NPM)*, *Operating Profit Margin (OPM)*, *Return On Equity (ROE)*, *Return On Assets (ROA)* Dan *Return On Investment (ROI)*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya berupa sektor perusahaan dan periode yang digunakan berbeda, yaitu peneliti melakukan penelitian di perusahaan yang masuk dalam indeks LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan untuk periode yaitu periode 2014-2016.

### **2.3. Kerangka Penelitian**

Berdasarkan landasan teori diatas, maka peneliti akan mengidentifikasi laporan tahunan perusahaan yang di unduh melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) meliputi profil perusahaan dan catatan atas laporan keuangan. Faktor profitabilitas dalam hal ini dilihat dari *gross profit margin*, *net profit margin*, *Earning Per Share*, *Return on Equity*, *Return on Assets* dan *Return On Investment*. Faktor CSR di lihat dari item lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tenaga kerja,

produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Kemudian penulis menganalisis hubungan CSR terhadap profitabilitas.

**Gambar 2.1**  
**Skema Kerangka Pemikiran**

