

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanggung jawab perusahaan dewasa ini bergeser ke arah yang lebih kompleks yaitu perusahaan bukan saja bertanggungjawab kepada investor dan kreditor tetapi juga kepada para karyawan, konsumen, masyarakat, dan lingkungan sekitar perusahaan. Perusahaan senantiasa dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada tiga garis dasar, yaitu aspek ekonomi, memperhatikan aspek sosial, khususnya kesejahteraan masyarakat lokal dan pemeliharaan serta pelestarian lingkungan sebagai umpan balik dari eksploitasi terhadap sumber daya alam (Sanjaya, Taufik, dan Azhar, 2013).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu media yang dipilih untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan disekitarnya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajiban yang didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memperhatikan kepentingan para *stakeholders* dan lingkungan di mana perusahaan melakukan aktivitasnya yang berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku (Azheri, 2011:28). Pada prinsipnya CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertanggungjawab secara ekonomi, sosial, lingkungan serta para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Tanggung jawab tersebut untuk mencegah dampak negatif yang ditimbulkan perusahaan terhadap pihak lain dan lingkungan serta

meningkatkan kualitas masyarakat termasuk karyawan, pemasok, pelanggan, dan lingkungan sekitar perusahaan.

Selain itu, Pelaksanaan CSR merupakan salah satu upaya untuk meminimalisir dampak resiko yang muncul dalam konsep manajemen resiko terutama yang berkaitan dengan resiko operasional. Tidak mengherankan apabila pada masa sekarang, pengambilan keputusan bisnis bukan semata mempertimbangkan laporan kinerja keuangan semata melainkan pula laporan keberlanjutan atau *Sustainability Reporting*. Laporan berkelanjutan merupakan praktek pengukuran, pengungkapan dan usaha akuntabilitas dari entitas ekonomi dalam mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan kepada *stakeholder* (pemangku kepentingan) internal maupun eksternal. Laporan berkelanjutan menggambarkan laporan yang berkenaan dengan aspek ekonomi, lingkungan dan sosial.

Dasar hukum terkait CSR tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pada pasal 74 perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, kegiatan CSR juga berdasarkan Undang-undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007 pasal 15(b) disebutkan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan pada pasal 34 disebutkan pula bahwa perusahaan yang tidak memenuhi kewajiban yang telah ditentukan dalam pasal 15 akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, atau pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan terhadap tanggung jawab social (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan perbankan adalah *Profitabilitas*, ukuran perusahaan (*Size*) dan tingkat *Leverage*. Dalam praktiknya, jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah *Return On Asset* (ROA), (Sjahrial, 2006). Dalam penelitian ini membahas pengaruh *Return On Assets* (ROA), *Size* perusahaan dan tingkat *Leverage* terhadap pengungkapan CSR.

Profitabilitas adalah Rasio ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi (Fahmi 2015). Jumlah laba bersih sering dibandingkan dengan ukuran kegiatan atau kondisi keuangan lainnya seperti penjualan, aktiva, ekuitas pemegang saham. Besarnya laba juga digunakan untuk menilai kinerja perusahaan.

Penelitian ini menggunakan ROA sebagai alat untuk mengukur profitabilitas perusahaan. Rasio ini merupakan rasio yang terpenting diantara rasio rentabilitas yang ada. ROA merupakan salah satu indikator untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dan merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan total aktiva yang dimilikinya. ROA merupakan rasio antara laba sesudah pajak atau *net income after tax* (NIAT) terhadap total asset.

Return On Asset (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh profitabilitas. Semakin besar *Return On Asset* (ROA) menunjukkan kinerja keuangan yang semakin baik, karena tingkat kembalian semakin besar. Apabila *Return On Asset* meningkat, berarti

profitabilitas perusahaan meningkat sehingga dampak akhirnya adalah peningkatan profitabilitas yang dinikmati oleh pemegang saham.

Ukuran perusahaan (*Size*) perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan sosial dalam laporan tahunan yang dibuat perusahaan. Hal ini dihubungkan dengan teori agensi yang memprediksi perusahaan besar yang mempunyai biaya keagenan yang lebih tinggi akan mengungkapkan informasi lebih luas dengan tujuan mengurangi biaya keagenan yang tinggi tersebut (Sembiring, 2013:71). Selain itu, perusahaan besar adalah emiten yang banyak disoroti oleh publik, pengungkapan yang lebih besar akan mengurangi biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan berukuran lebih besar cenderung memiliki public demand akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil (Sembiring, 2013: 71).

Leverage Ratio adalah suatu rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjang seperti pembayaran bunga atas hutang. Menurut Hartono (2013:282) pengertian *Leverage* adalah “*Leverage* didefinisikan sebagai nilai buku total utang jangka panjang dibagi dengan total aktiva.” Dari pengertian diatas maka penulis menyimpulkan bahwa pengertian *Leverage* adalah mengukur seberapa besar aktiva/modal perusahaan dibiayai dengan utang.

Di bawah ini merupakan data rasio keuangan selama tiga tahun (periode 2015-2017)

Tabel 1.1

Tahun	Profitabilitas (ROA)	Size	Leverage	CSR
2015	0,51	22,054	40,93	0,35
2016	0,61	21,483	49,09	0,27
2017	0,32	21,629	40,65	0,28

Sumber: Sumber: www.idx.co.id (Data Diolah, 2019)

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa nilai Profitabilitas dengan proksi ROA dari tahun ke tahun memiliki nilai yang sangat rendah bahkan tidak sampai dengan 1%. Periode 2015-2017 ukuran perusahaan mengalami kenaikan penurunan, kejadian tersebut berbanding lurus dengan besaran CSR. Ketika ukuran perusahaan mengalami kenaikan, kenaikan tersebut diikuti oleh besar ungkapan CSR, begitu pula sebaliknya ketika besar ukuran perusahaan menurun CSR ikut mengalami penurunan. Begitu pula dengan *Leverage* yang merupakan rasio hutang, semakin besar *Leverage* akan menurunkan CSR perusahaan hal ini di buktikan dengan data di atas yang menggambarkan *Leveage* memberikan pengaruh negatif terhadap CSR.

Beberapa penelitian telah menguji pengaruh ukuran perusahaan (*Size*), *Leverage* dan *Profitabilitas* yang diukur dengan rasio *Return On Asset* (ROA) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Krisna (2016), Wijaya (2012) dan Indraswari (2014) memberikan hasil bahwa ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, karena besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Rindawati (2015) dan Pradnyani (2015) memberikan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, karena

besar kecilnya suatu perusahaan tidak mempengaruhi aktivitas CSR pada setiap perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rofiqkoh (2015) memberikan hasil bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, karena tinggi rendahnya tingkat *Leverage* perusahaan mempengaruhi tanggung jawab sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Rindawati(2015), Krisna (2016), Septiana (2014) dan Santioso (2012) memberikan hasil bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, karena tingkat hutang terhadap ekuitas yang dimiliki tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rindawati, (2015), Santioso (2012) dan Indraswari (2015) memberikan hasil bahwa *Profitabilitas* yang diukur oleh rasio *Return On Assets* (ROA) berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, karena semakin tinggi angka *Profitabilitas* suatu perusahaan bisa disimpulkan bahwa perusahaan tersebut telah berkinerja dengan baik, telah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Rofiqkoh (2016), Septiana (2014) dan Rahayu (2015) memberikan hasil bahwa *Profitabilitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena tinggi rendahnya tingkat *Profitabilitas* tidak mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab.

Berdasarkan penjelasan hasil-hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten antara berpengaruh signifikan dan tidak berpengaruh signifikan. Maka perlu pengujian kembali mengenai pengaruh profitabilitas yang diukur dengan *Return On*

Assets (ROA), ukuran perusahaan (*Size*) dan *Leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada umumnya berisi uraian tentang masalah-masalah yang hendak dipecahkan melalui penelitian. Tentunya, masalah-masalah yang ingin dipaparkan itu tidak lepas dari latar belakang yang dikemukakan pada bagian pendahuluan (Mahsun, 2014:40). Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian adalah:

1. Apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *Size* Perusahaan berpengaruh terhadap CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah Tingkat *Leverage* berpengaruh terhadap CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah *Profitabilitas*, *Size* perusahaan, *Leverage* secara simultan berpengaruh terhadap CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian umumnya berisi tentang uraian tujuan penelitian secara spesifik yang ingin dicapai dari penelitian yang hendak dilakukan (Mahsun, 2014:40).

Demikian pula halnya dengan penelitian ini. Penelitian ini mempunyai empat tujuan, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *profitabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Untuk mengetahui pengaruh *Size* Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Untuk mengetahui pengaruh *Tingkat Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
4. Untuk mengetahui pengaruh *Profitabilitas*, *Size* perusahaan, *Leverage* secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk memperkaya wawasan terutama dalam menganalisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI. Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan masukan bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini di harapkan dapat memberikan konstribusi pemikiran yang komprehensif mengenai Hukum, khususnya mengenai pelaksanaan CSR yang baik dan sesuai dengan peraturan perundangan.
- 2) Untuk memberikan masukan dan informasi bagi masyarakat luas tentang CSR



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholders*

Menurut Kriyantono (2017, hlm.56) *stakeholders* yaitu individu atau kelompok yang lebih luas daripada publik, sedangkan menurut Hadi (2011, hlm.93) *stakeholders* adalah semua pihak internal maupun eksternal perusahaan individu ataupun kelompok yang mempunyai hubungan secara langsung maupun tidak langsung, dipengaruhi atau mempengaruhi perusahaan. *Stakeholder* perusahaan yaitu mencakup masyarakat sekitar, lingkungan, pemerintah, lembaga diluar perusahaan, lembaga pemerhati lingkungan, karyawan perusahaan dan lain sebagainya. Teori *stakeholders* menyatakan bahwa tanggung jawab yang dimiliki perusahaan bukan hanya kepada pemilik (*shareholder*), namun juga mencakup sampai kepada aspek sosial kemasyarakatan (*stakeholders*). Tanggung jawab inilah yang disebut sebagai tanggung jawab sosial (Hadi, 2011 hlm.93).

Teori *stakeholders* juga memberikan pengetahuan teoritis dasar bagi praktisi hubungan masyarakat untuk memahami bagaimana individu, kelompok dan organisasi eksternal memengaruhi aktivitas organisasi (Kriyantono, 2017 hlm.56) Menurut Ernawan dalam Azheri (2011, hlm.5) CSR secara teoritis berhubungan dengan etika bisnis, dimana suatu perusahaan memiliki tanggung jawab kepada pihak lain yang berkepentingan

(*stakeholders*) bukan hanya kepada pemegang saham. Semua itu tidak terlepas bahwa suatu perusahaan tidak bisa berdiri, beroperasi dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari pihak lain. CSR lebih menunjukkan secara luas perhatian perusahaan bukan hanya untuk kepentingan perusahaan sendiri, melainkan kepentingan pihak lain (*stakeholders*). CSR sebagai strategi memuaskan *stakeholders*, merupakan praktik bisnis yang secara terusmenerus menjaga kesenangan dan kesetiaan konsumen internal maupun eksternal (Mardikanto, 2018 hlm.159). Diharapkan dengan adanya teori *stakeholder* ini, pihak manajemen dalam perencanaan dan pengambilan keputusan perusahaan akan selalu meenerapkan nilai-nilai moral yang berkaitan dengan kegiatan usahanya (Azheri, 2011 hlm.119).

2.1.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

1) Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan (Wibisono, 2007).

2) Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi masyarakat, perusahaan, lingkungan, dan Negara.

Wibisono (2007) menguraikan manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR), diantaranya:

- 1) Bagi perusahaan, terdapat empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Pertama*, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. *Kedua*, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal. *Ketiga*, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas. *Keempat*, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (critical decision making) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (risk management),
- 2) Bagi masyarakat, praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktek *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan mengharagai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut,
- 3) Bagi lingkungan, praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumberdaya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya,

- 4) Bagi negara, praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang baik akan mencegah apa yang disebut “*corporate misconduct*” atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan.

3) Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah menggunakan CSR index yang merupakan luas pengungkapan relatif dari setiap perusahaan sampel atas pengungkapan sosial yang dilakukannya. (Zuhroh dan Sukmawati, 2003). Berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) jumlah item pengungkapan adalah 91 item.

Rumus perhitungan CSR adalah:

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

Keterangan:

CSRDI: Indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure* perusahaan. (Kharisma Nandasari, 2013)

2.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu (Ernawati Widyawati, 2015 dalam buku Kajian Riset Akuntansi). Profitabilitas dalam penelitian ini diproksi melalui *Return on Asset* (ROA). Menurut Hanafi

(dalam Mukharomah, 2014) *Return On Asset* (ROA) adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan, dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Sedangkan Menurut Bank Indonesia, *Return On assets (ROA)* merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan rata-rata total asset dalam suatu periode. Rasio ini juga digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Alasan penulis menggunakan alat ukur ROA, adalah karena Semakin besar ROA suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank tersebut dan semakin baik pula posisi bank tersebut dari segi penggunaan aset (Rivai, 2006 : 157).

1) Keunggulan *Return On Asset* (ROA)

Keunggulan *Return On Asset* (ROA) adalah:

- 1) ROA dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan.
- 2) ROA dapat membandingkan posisi perusahaan dengan rasio industri sehingga dapat diketahui apakah perusahaan di bawah, sama atau di atas rata-rata.
- 3) ROA dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan.

- 4) ROA dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan setiap divisinya dan pemanfaatan akuntansi divisinya.
- 5) Setiap berguna untuk kepentingan kontrol, ROA berguna juga untuk kepentingan perencanaan.

2) Kelemahan dari *Return on Asset* (ROA)

Kelemahan *Return on Asset* (ROA) adalah:

- 1) ROA sebagai pengukur divisi sangat dipengaruhi oleh metode penilaian aktiva tetap.
- 2) ROA mengandung distorsi yang cukup besar terutama dalam kondisi inflasi.

Tinggi rendahnya ROA tergantung pada pengelolaan aset perusahaan oleh manajemen yang menggambarkan efisiensi dari operasional perusahaan. Semakin tinggi ROA semakin efisien perusahaan dan begitu juga sebaliknya. Rendahnya ROA disebabkan oleh banyaknya aset yang menganggur, *Return On Asset* (ROA) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

2.1.4 Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran Perusahaan (*Size*) merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis (Kurnianingsih, 2013). *Size* perusahaan dapat didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud, dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan, dan kapitalisasi pasar (Cahyonowati dalam Purnasiwi, 2011). *Size* (Ukuran) perusahaan dianggap

mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. *Size* merupakan hal yang penting dalam proses pelaporan keuangan. Shofwatul (2011) dalam penelitiannya menemukan bukti bahwa *size* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Size* Perusahaan dapat dirumuskan, sebagai berikut :

$$\text{Size} = \text{Ln} (\text{Total Aset})$$

2.1.5 Leverage

Arti *Leverage* secara harfiah (*literal*) adalah pengungkit. Pengungkit biasanya digunakan untuk membantu mengangkat beban yang berat. Dalam keuangan, *Leverage* juga mempunyai maksud yang serupa. Lebih spesifik lagi, *Leverage* bisa digunakan untuk meningkatkan tingkat keuntungan yang diharapkan. Tingkat *Leverage* ini bisa saja berbeda-beda antara perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya, atau dari satu periode ke periode lainnya di dalam satu perusahaan, tetapi yang jelas semakin tinggi tingkat *Leverage* akan semakin tinggi resiko yang di hadapi serta semakin besar return atau penghasilan yang diharapkan.

Syamsuddin (2002:90), mengemukakan bahwa *Rasio Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (*fixed cost asset or funds*) yang gunanya untuk memperbesar tingkat penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan.

Sedangkan menurut Martono dan Harjito (2008 : 295) mengemukakan bahwa *Rasio Leverage* adalah mengacu pada penggunaan asset dan sumber dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan asset atau dana tersebut perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap atau beban tetap. Menurut Makmun (2002) *Leverage* keuangan (*ratioleverage*) adalah perbandingan antara dana-dana yang dipakai untuk membelanjai/membiayai perusahaan atau perbandingan antara dana yang diperoleh dari ekstern perusahaan (dari kreditur-kreditur) dengan dana yang disediakan pemilik perusahaan. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. *Leverage* dapat di rumuskan :

$$Leverage = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$$

1) Pengukuran *Leverage*

Rasio leverage yang banyak digunakan diantaranya:

1) *Total Debt to Total Assets* (DTA)

Rasio ini merupakan rasio yang mengukur besarnya total aktiva yang dibiayai oleh kreditur perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin banyak uang kreditur yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan laba. Hal itu akan menyebabkan perusahaan yang

mempunyai beban utang besar, tetapi aktiva yang dibeli dengan utang tersebut memberi penghasilan yang lebih besar dibanding biaya utangnya sehingga leverage mampu menambah laba perusahaan (Brigham dan Houston, 2011)

$$Debt\ Ratio = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Aktiva}$$

2) *Debt to Equity Ratio* (DER).

Debt to Equity Ratio merupakan perbandingan antara total utang dan ekuitas atau pemegang saham perusahaan. Semakin besar risiko yang dihadapi, maka investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi.

$$Debt\ to\ Equity\ Ratio = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Modal\ Sendiri}$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini memuat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Mahsun (2014, 42) menyatakan, bahwa tinjauan pustaka (kajian pustaka) memuat uraian sistematis tentang hasil-hasil penelitian terdahulu yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan. Beranjak dari pernyataan di atas, maka beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut :

Tabel 2.1
Hasil penelitian terdahulu

NO	Nama, Tahun, Judul	Variabel				Hasil Penelitian
		SIZE	ROA	LEVE RAGE	CSR	
1.	Bramantya Adhi Cahya. (2010). Berjudul <i>Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility,)</i> (Studi Pada Bank Di Indonesia Periode Tahun 2007-2008)		✓		✓	ROA tidak berpengaruh terhadap variabel <i>corporate social responsibility (CSR)</i> .
2.	Prima Aprilyani Rambe.M.Sc dan Winata Wira, M.Sc. (2013). <i>Analisis Pengaruh Kinerja</i>	✓			✓	Size kinerja keuangan berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> pada perusahaan perbankan

	<i>Keuangan Terhadap Corporate Sosial Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI.</i>					yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3.	Rina Dwi Haryani. (2015). <i>Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.</i>			✓	✓	<i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4.	Eko Adhy Kurnianto. (2011). <i>Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan “(Studi Empiris pada</i>			✓	✓	<i>Laverage</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

	Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005 - 2008).					
5.	Wahyu Ardimas dan Wardoyo. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public Yang Terdaftar Di BEI.		✓		✓	ROA memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan
6.	Tria Dewi Putri; (2011). Pengaruh Size, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social			✓	✓	Variabel leverage berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. Sedangkan variabel lainnya seerti, Variabel Size tidak

	<i>Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)</i>					<i>berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. Variabel profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. Variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage berpengaruh secara signifikan dan signifikan terhadap pengungkapan Corporate Sosial.</i>
7.	Iszatun Azmi Eka Fatma.(2018). <i>Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap</i>	✓		✓	✓	ukuran perusahaan (Size) dan leverage secara parsial berpengaruh signifikan,.

	<i>Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2014-2016</i>					
8.	Amrina Rosyada. (2018) <i>Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Pada Perusahan Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.</i>	✓			✓	Rasio Size berpengaruh negative dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan perbankan. .
9.	Nurjannah Waris. (2017). <i>(Pengaruh Kinerja Keuangan</i>		✓		✓	Rasio Return On Asset (ROA) berpengaruh negatif dan tidak signifikan

	<i>Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia</i>					terhadap tanggung jawab social perusahaan.
--	--	--	--	--	--	--

Sumber : Berbagai hasil penelitian

