

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian telah dilakukan oleh Rahayu, dkk (2014) meneliti mengenai Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan Di BEI yang diukur dengan *Return on Equity*, menunjukkan bahwa variabel pengungkapan CSR berpengaruh terhadap variabel profitabilitas pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode tahun 2012-2013 berpengaruh secara signifikan terhadap ROE. Koefisien determinasi (R^2) ROE adalah sebesar 0,442, hal ini berarti variabel CSR berpengaruh terhadap variabel ROE sebesar 44,2%. Sedangkan sisanya ($100\% - 44,2 = 55,8\%$) dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak ditentukan dalam penelitian ini. Koefisien korelasi berganda R^2 menggambarkan kuatnya hubungan antara variabel X yaitu CSR terhadap variabel Y yaitu ROE pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 0,442. Hal ini berarti hubungan antar variabel sedang.

Rosiana, dkk (2013) melakukan penelitian berjudul Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* didapatkan nilai t sebesar 5,794 dengan signifikansi senilai 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal itu menunjukkan bahwa

peningkatan pengungkapan CSR akan cenderung memiliki nilai perusahaan yang tinggi.

Pantow, dkk (2015) melakukan penelitian yang berjudul Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, *Return On Asset*, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji parsial menunjukkan pertumbuhan penjualan sebesar 1,504 dengan nilai signifikansi 0,136 lebih besar dari 0,05 yang berarti variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel kedua menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan nilai koefisien regresi sebesar -1,270 dengan nilai signifikansi $0,207 > 0,05$. Sehingga hipotesis ditolak yang artinya variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Variabel ketiga yaitu *Return On Asset* berdasarkan hasil uji t sebesar 9,549 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, yang berarti ROA memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian variabel struktur modal dari hasil uji parsial menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 3,949 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Sehingga variabel struktur modal memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Azlina (2009). Penelitian ini menguji Pengaruh Tingkat Perputaran Modal Kerja, Struktur Modal Dan Skala Perusahaan Terhadap Profitabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Variabel tingkat perputaran modal kerja menunjukkan koefisien

regresi sebesar 0,216 dengan tingkat nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,005. Berpengaruhnya tingkat perputaran modal kerja dikarenakan dengan tingkat perputaran modal kerja yang tinggi berarti dalam satu periode tingkat penjualan juga akan tinggi. Tingkat penjualan yang tinggi maka akan memberikan keuntungan yang juga lebih besar sehingga akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. variabel struktur modal menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,338 dengan tingkat signifikansi 0,006 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil pengujian hipotesis ketiga yaitu skala perusahaan menunjukkan koefisien regresi sebesar -0,105 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,508 yang berarti lebih besar dari 0,05. Sehingga hipotesis tersebut ditolak.

Suryaputra dan Christiawan (2016) melakukan penelitian berjudul Pengaruh Manajemen Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel manajemen modal kerja dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, sedangkan pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini didapatkan hasil uji t sebesar 2,988 dan nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05. Jika pertumbuhan penjualan meningkat maka laba yang dihasilkan akan meningkat. Selain itu, perusahaan berfokus terhadap penerapan strategi penjualan untuk mengembangkan pasar yang baru, maka kesempatan untuk meningkatkan pendapatan juga akan meningkat.

Penelitian oleh Kusumo dan Darmawan (2018) Mengenai Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Dan Diversifikasi Terhadap Profitabilitas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Diperoleh besarnya t_{hitung} 4,261 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil 0,05. Kesimpulan dari penelitian tersebut didapatkan hasil pengujian bahwa R^2 sebesar 0,289 atau 28,9 persen yang dipengaruhi variabel bebas, tetapi sisanya sebesar 71,1 persen dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti. Berpengaruhnya ukuran perusahaan disebabkan karena total aktiva, total karyawan dan total penjualan yang meningkat dapat dimaksimalkan oleh perusahaan untuk meningkatkan profitabilitasnya.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Keagenan

Teori keagenan menjelaskan dalam suatu perusahaan terdapat berbagai kepentingan dalam mencapai tujuan, yang terdiri dari *stakeholder (principal)* dan manajemen (*agen*) sehingga dibutuhkan kesepakatan kerja diantara keduanya. Kesepakatan tersebut diharapkan utilitas principal sebagai pemilik, disamping itu juga dapat menjamin agen sebagai manajemen untuk memperoleh *reward* atas kinerjanya dalam mengelola perusahaan. Perbedaan kepentingan dalam model keagenan ini terletak pada memaksimalkan utilitas pemilik dengan kendala utilitas dan insentif yang akan diberikan kepada manajemen. Perbedaan kepentingan ini

cenderung dapat menimbulkan masalah keagenan diantara keduanya (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Siregar dan Widyawati, 2016).

Dalam hubungan keagenan, terdapat beberapa faktor yang berpengaruh, yaitu biaya pengawasan, biaya kontrak, dan visibilitas politis. Perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan kontrak yang tinggi cenderung akan memilih metode akuntansi yang dapat meningkatkan laba yang dilaporkan, dan perusahaan yang menghadapi visibilitas politis yang tinggi cenderung akan memilih metode dan teknik akuntansi yang dapat melaporkan laba menjadi lebih rendah. Sehingga memunculkan konflik antara pihak *principal* dengan *agen*, dengan cara pihak manajemen melaporkan laba dengan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dengan tujuan agar para *stakeholder* menanamkan sebagian modal yang dimiliki untuk diinvestasikan pada perusahaan tersebut. Jika kedua belah pihak mempunyai tujuan yang sama untuk memaksimalkan kinerjanya, maka manajer akan bertindak dengan cara yang sesuai dengan kepentingan *principal*.

2.2.2 Profitabilitas

Menurut Kasmir (2014:115) Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar perusahaan mampu dalam mencari keuntungan. Rasio profitabilitas memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Efektivitas manajemen dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan pada laporan keuangan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari pendapatan (*earning*) terkait penjualan, aset, dan ekuitas berdasarkan dasar dari pengukuran tertentu. Sedangkan menurut Hanafi (2012:81)

mengemukakan bahwa profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan dibandingkan dengan lainnya.

Profitabilitas merupakan analisis dalam laporan keuangan yang penting karena berhubungan dengan tingkat laba, besarnya penjualan, harga pokok penjualan, serta beban operasi dan beban non operasi, untuk menilai sumber daya, pengukuran, dan hubungan dalam usahanya. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan dibandingkan satu dengan lainnya.

2.2.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah bentuk perhatian yang dimiliki perusahaan dengan tujuan untuk mensejahterakan masyarakat. Tanggung jawab ini dilakukan untuk kesejahteraan semua pemangku kepentingan. Apabila informasi yang diberikan dapat meningkatkan kinerja dari perusahaan tersebut, maka pihak investor akan merespon positif sebab informasi tersebut digunakan dalam mengambil keputusan yang juga dilakukan perusahaan untuk memperoleh nilai tambah dari kontribusi masyarakat disekitar lingkungan perusahaan dari penggunaan sumber sosial. Dan jika perusahaan memiliki kinerja buruk maka akan memunculkan keraguan dari investor sehingga direspon negatif.

Perusahaan yang lebih banyak mengungkapkan informasi yang dibutuhkan investor akan mendapat kepercayaan dari masyarakat. Dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan yang melakukan pengungkapan diharapkan menjadi pendorong naiknya volume penjualan saham. Pengungkapan CSR akan mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan.

2.2.4 Struktur Modal

Struktur modal merupakan keputusan penting bagi manajer keuangan dalam meningkatkan laba pada perusahaan. Sartono (1996:296) menyatakan bahwa semakin besar penggunaan hutang dalam struktur modal maka semakin meningkat ROE suatu perusahaan. Setiap perubahan ROE yang dihasilkan perusahaan sangat diperhatikan oleh manajemennya melalui pertimbangan tentang struktur modalnya. Menurut Martono (2011:256) bahwa struktur modal merupakan suatu ukuran keuangan antara hutang jangka pendek, hutang jangka panjang, dan modal sendiri dalam melakukan kegiatan perusahaan. Struktur modal dapat menjadi masalah yang penting bagi perusahaan karena baik buruknya struktur modal akan mempunyai efek langsung terhadap posisi keuangan perusahaan, terutama dengan adanya hutang yang sangat besar akan memberikan beban kepada perusahaan.

Dalam hal ini struktur modal melibatkan adanya suatu pertukaran antara risiko dan pengembalian. Risiko yang lebih tinggi cenderung akan menurunkan harga saham, tetapi yang diharapkan adalah tingkat pengembalian yang lebih tinggi yang akan dapat menaikkannya. Oleh karena itu, struktur modal yang

optimal harus mencapai suatu keseimbangan antara risiko dan pengembalian sehingga dapat memaksimalkan harga saham.

2.2.5 Sales Growth

Sales growth menggambarkan peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. Tingginya tingkat pertumbuhan penjualan menunjukkan semakin baik suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Untuk mengetahui pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari perubahan penjualan dari periode sebelumnya. Suatu perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan jika terdapat peningkatan yang konsisten dalam operasional perusahaan.

Perhitungan tingkat penjualan perusahaan dibandingkan pada akhir periode dengan penjualan yang dijadikan periode dasar. Apabila nilai perbandingannya semakin besar, dapat dikatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan semakin baik. Barton, et al (1989) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan wujud keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Perusahaan yang telah merencanakan strategi dalam memasarkan produknya, harus mengetahui faktor-faktor yang akan mempengaruhi penjualan, dengan mengetahui faktor itu perusahaan akan dapat menetapkan kebijakan untuk mengantisipasi kondisi tersebut. Sehingga perusahaan dapat menjual produknya dalam jumlah besar dan volume penjualan juga meningkat. Dengan meningkatnya laba maka keuntungan yang diperoleh investor akan meningkat.

2.2.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Menurut Prasetyorini (2013: 186) ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasi besar kecilnya perusahaan dari berbagai cara yaitu aktiva, *log size*, dan nilai pasar saham. Ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, maka pihak manajemen lebih leluasa dalam menggunakan asetnya. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dirasakan oleh pemilik atas asetnya. Perusahaan dengan ukuran yang besar memiliki akses yang lebih besar untuk mendapatkan sumber pendanaan dari berbagai sumber, sehingga untuk memperoleh pinjaman dari kreditur akan lebih mudah karena perusahaan dengan ukuran yang besar memiliki peluang lebih besar untuk memenangkan persaingan dalam industri.

Halim (2015:125) mengemukakan semakin besar ukuran perusahaan, maka kecenderungan menggunakan modal asing juga semakin besar. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar membutuhkan dana yang besar pula untuk menunjang operasionalnya, dan salah satunya dengan cara menggunakan modal asing apabila modal sendiri tidak mencukupi. Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki aset lebih dari Rp 10.000.000.000 dan memiliki penjualan lebih dari Rp 50.000.000.000 per tahun, perusahaan menengah memiliki aset mulai dari Rp 1.000.000.000 sampai Rp 10.000.000.000 dan memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp 1.000.000.000 dan kurang dari Rp 50.000.000.000 per tahun,

sedangkan perusahaan kecil memiliki aset paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan, juga memiliki penjualan minimal Rp 1.000.000.000 per tahun.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Profitabilitas

Perusahaan yang mengungkapkan CSR dengan baik memiliki tingkat pengungkapan lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR. Semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, maka semakin luas pula informasi yang akan diterima oleh *stakeholder* maupun *shareholder*.

Hendriksen dan Widjajant (1991:203) dalam Agustine (2014) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory disclosure*) dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary disclosure*). Aktivitas CSR dapat diinformasikan dan dikomunikasikan oleh perusahaan kepada *stakeholder* melalui sebuah pengungkapan didalam laporan. Laporan tersebut merupakan salah satu cara untuk melihat sampai seberapa jauh transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, dan kejujuran yang dimiliki perusahaan.

Melalui rasio *Return On Equity* (ROE), akan dapat mengetahui apakah perusahaan telah efektif dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan

modal yang dimiliki. Semakin tinggi nilai ROE maka kinerja perusahaan dapat dikatakan baik karena rasio yang meningkat menunjukkan bahwa kinerja perusahaan sukses dalam mengelola sumber dana pembiayaan operasional secara efektif dalam menghasilkan laba bersih.

Rosiana, dkk (2013) telah membuktikan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh terhadap ROE. Sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, dkk (2014) telah membuktikan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur dengan ROE. Berdasarkan uraian diatas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₁: Pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Profitabilitas

2.3.2 Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas

Struktur modal merupakan komposisi penggunaan modal saham dan kewajiban jangka panjang sebagai sumber pembiayaan jangka panjang. Struktur modal dapat diukur dengan menggunakan *Debt To Equity Ratio* (DER). *Debt To Equity Ratio* adalah rasio keuangan yang menunjukkan persentase antara hutang dengan ekuitas yang dimiliki oleh pemegang saham.

Pantow, dkk (2015) telah membuktikan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Sama halnya dengan penelitian Azlina (2009) yang telah berhasil membuktikan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Besar kecilnya laba perusahaan

dipengaruhi oleh adanya hutang yang meningkat, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi semua kewajibannya, dengan ditunjukkan oleh beberapa bagian modal sendiri yang digunakan untuk membayar seluruh kewajibannya, karena semakin besar penggunaan hutang maka semakin besar kewajibannya. Struktur modal penting bagi perusahaan, karena baik buruknya struktur modal akan mempengaruhi posisi *financial* perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Struktur Modal berpengaruh terhadap Profitabilitas

2.3.3 Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Profitabilitas

Pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan (Nugroho, 2011).

Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh bagi perusahaan, jika semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan maka perusahaan tersebut telah berhasil menjalankan strateginya. Tingginya tingkat *sales growth* menunjukkan semakin baik perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya. (Putra dan Badjra, 2015). Iqbal dan Zhuquan (2015) membuktikan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Selain itu, Suryaputra dan Christiawan (2016) memperoleh hasil bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh

terhadap profitabilitas. Berdasarkan uraian diatas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₃: Sales Growth berpengaruh terhadap Profitabilitas

2.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas

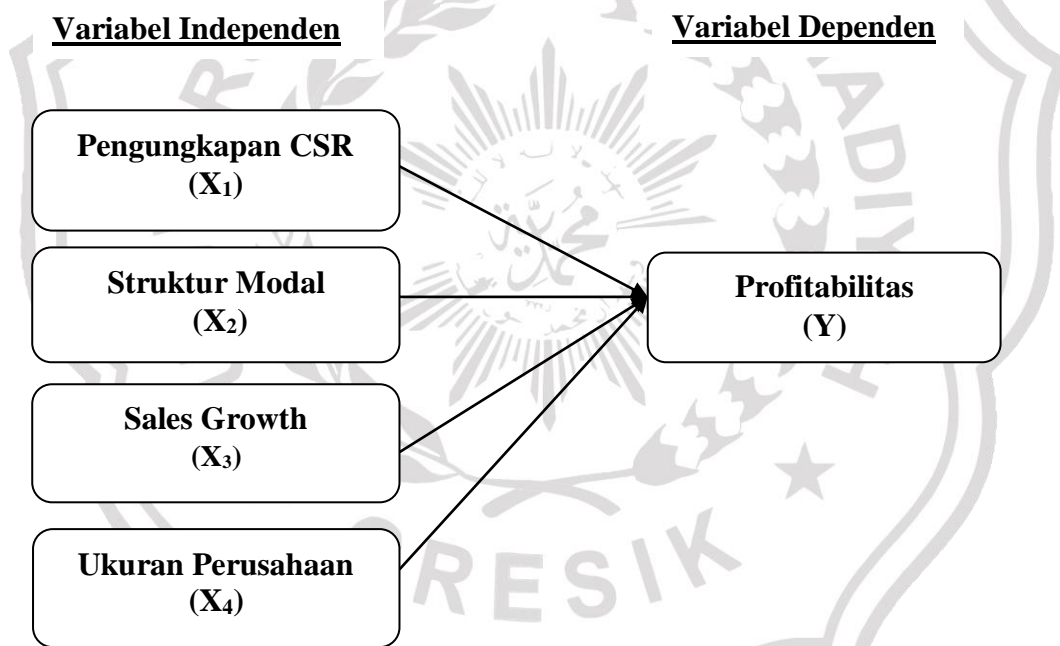
Perusahaan berukuran besar mempunyai berbagai kelebihan dibanding perusahaan berukuran kecil. Pangestuti (2016:15) menyatakan bahwa semakin besar aset suatu perusahaan maka laba yang akan didapat akan besar pula karena aset yang dimiliki digunakan untuk operasional perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh laba.

Perusahaan yang melakukan aktivitas operasional dengan ukuran besar mampu menghasilkan produk dengan harga per unit yang rendah karena memproduksi dengan skala yang ekonomis. Harga per unit yang rendah ini akan membuat perusahaan memiliki daya saing yang tinggi sehingga penjualan perusahaan akan tinggi dan berdampak pada meningkatnya profitabilitas perusahaan. Kusumo dan Darmawan (2018) memperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan terdapat pengaruh terhadap profitabilitas. Selain itu, Pangestuti (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Berdasarkan uraian diatas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₄: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Adapun masalah penting dalam penelitian ini yakni pengungkapan *corporate social responsibility*, struktur modal, *sales growth*, dan ukuran perusahaan yang akan berpengaruh terhadap profitabilitas. Kerangka konseptual dalam penelitian ini disajikan pada gambar 2.1 berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini adalah guna memperoleh bukti empiris pengaruh pengungkapan CSR, struktur modal, *sales growth*, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas.

Penelitian ini menggunakan empat variabel independen. Pertama, pengungkapan CSR (X_1) yang dijelaskan dengan indikator berdasarkan GRI yaitu sebuah jaringan yang mempelopori perkembangan dunia yang berkomitmen untuk terus melakukan perbaikan di seluruh dunia. Kedua, struktur modal (X_2) yang diukur menggunakan *debt to equity ratio*. *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah rasio yang menunjukkan perbandingan antara hutang yang diberikan oleh para kreditur dengan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik perusahaan.

Selanjutnya adalah variabel *sales growth* (X_3). *Sales growth* dapat dijelaskan dengan dapat diukur melalui perhitungan dari penjualan akhir periode pada tahun i dikurangi dengan penjualan akhir periode pada tahun sebelumnya, dibagi dengan penjualan akhir periode tahun sebelumnya. Kemudian ukuran perusahaan (X_4) yang dijelaskan dengan aset perusahaan. Logaritma natural dilakukan terhadap nilai aset perusahaan yang didapat dari laporan keuangan perusahaan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah profitabilitas (Y). Profitabilitas dijelaskan menggunakan rasio *Return On Equity* (ROE) yaitu diukur melalui perhitungan laba bersih dengan total ekuitas. Berdasarkan kerangka di atas, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang telah diukur dengan masing-masing proksi. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan regresi linier berganda.