

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teoritis**

##### **1. Tinjauan Teoritis : Profitabilitas**

Dewasa ini banyak pimpinan mendasarkan kinerja perusahaan yang dipimpinnya pada *financial performance*. Paradigma yang dianut oleh banyak perusahaan tersebut adalah *profit oriented*. Perusahaan yang dapat memperoleh laba besar, maka dapat dikatakan berhasil atau memiliki kinerja *financial* yang baik. Sebaliknya apabila laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau kinerja yang kurang baik, hal tersebut dikarenakan profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Menurut Heinze (1976); Gray *et.al* (1995), (dalam Kusumadilaga 2010) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Profitabilitas adalah hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan (Brigham & Houston, 2006),

dimana rasio ini digunakan sebagai alat pengukur atas kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian pengukuran profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan tingkat efektifitas manajemen secara menyeluruh dan secara tidak langsung para investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis ini. Selain itu keuntungan (profitabilitas) sangat penting bagi perusahaan bukan saja untuk terus mempertahankan pertumbuhan bisnisnya namun juga memperkuat kondisi keuangan perusahaan.

*Gross profit margin* merupakan rasio profitabilitas yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. *Gross profitmargin* merupakan prosentase dari laba kotor dibandingkan dengan *sales*. *Operating profit margin* adalah rasio yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebelum adanya pajak dan bunga dari penjualan yang dilakukan. Rasio ini menggambarkan apa yang biasanya disebut "*pure profit*" yang diterima atas setiap Rupiah dari penjualan yang dilakukan. *Operating profit* disebut murni (*pure*) dalam pengertian bahwa jumlah tersebut yang benar-benar diperoleh dari hasil operasional perusahaan dengan mengabaikan kewajiban-kewajiban finansial berupa bunga serta kewajiban terhadap pemerintah berupa pembayaran pajak. *Net profit margin* adalah rasio profitabilitas yang menghitung sejauh mana perusahaan dalam menghasilkan laba setelah dipotong pajak dan bunga dari penjualan yang dilakukan. Semakin tinggi *net profit margin*, maka makin baik profitabilitas suatu perusahaan. *Return on equity* (ROE)

menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelolamodal yang tersedia untuk mendapatkan *net income* yang tersedia bagi pemegang saham. Semakin tinggi *return* adalah semakin baik karena berarti dividen yang dibagikan atau ditanamkan kembali sebagai *retained earning* juga akan makin besar. *Return on assets* (ROA) menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan *income* dari pengelolaan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Rasio ini menunjukkan seberapa besar efektivitas perusahaan dalam menggunakan asetnya. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin efektif penggunaan aktiva tersebut.

Kelima rumus rasio untuk menghitung profitabilitas ini dicantumkan pada tabel 2.1 berikut ini.

**Tabel 2.1**  
**Rumus Rasio - rasio Profitabilitas**

Rasio	Profitabilitas	Rumus
<i>Gross Profit Margin</i>	<i>GPM</i>	$= \frac{\text{Sales} - \text{Cost Of Good}}{\text{Sales}}$
<i>Operating Profit Margin</i>	<i>OPM</i>	$= \frac{\text{Operating Profit}}{\text{Sales}}$
<i>Net Profit Margin</i>	<i>NPM</i>	$= \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Sales}}$
<i>Return on Equity</i>	<i>ROE</i>	$= \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Stockholder Equity}}$
<i>Return on Assets</i>	<i>ROA</i>	$= \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}}$

Sumber : Konsep penelitian yang diolah

Pada penelitian ini profitabilitas perusahaan diukur dengan rasio *return on assets* yang diambil dari data keuangan perusahaan perbankan yang menjadi objek penelitian, yang *listing* pada Bursa Efek Indonesia selama

periode tahun 2010 sampai dengan tahun 2013. Rasio ini merupakan rasio yang terpenting untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. *Return on asset* merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Hubungan antara kinerja keuangan suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial menurut Belkaoui dan Karpik (1989) paling baik diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba. Seperti yang dinyatakan oleh Alexander dan Bucholdz (1978), (dalam Nurkhin 2009) bahwa manajemen yang sadar dan memperhatikan masalah sosial juga akan mengajukan kemampuan yang diperlukan untuk menggerakkan kinerja keuangan perusahaan. Konsekuensinya, perusahaan yang mempunyai respon sosial dalam hubungannya dengan pengungkapan tanggung jawab sosial seharusnya menyingkirkan seseorang yang tidak merespon hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan dengan variabel akuntansi seperti tingkat pengembalian investasi dan variabel pasar seperti *differensial return* harga saham Sembiring (2003), ( dalam Nurkhin 2009).

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya. Efektifitas manajemen disini dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan. Rasio ini

disebut juga rasio rentabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya).

## **B. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan**

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

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) sebenarnya telah menjadi pemikiran para pembuat kebijakan sejak lama. Bahkan dalam Kode Hammurabi (1700-an SM) yang berisi 282 hukum telah memuat sanksi bagi para pengusaha yang lalai dalam menjaga kenyamanan warga atau menyebabkan kematian bagi pelanggannya, disebutkan bahwa hukuman mati diberikan kepada orang-orang yang menyalahgunakan ijin penjualan minuman, pelayanan yang buruk dan melakukan pembangunan gedung di bawah standar sehingga menyebabkan kematian orang lain.

Perhatian para pembuat kebijakan tentang CSR menunjukkan telah adanya kesadaran sejak lama bahwa terdapat potensi timbulnya dampak buruk dari kegiatan usaha. Dampak buruk tersebut tentunya harus direduksi sedemikian rupa sehingga tidak membahayakan kemaslahatan masyarakat sekaligus tetap ramah terhadap iklim usaha.

Di Indonesia *Corporate Social Responsibility* telah berkembang sejak dikeluarkannya UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Ini memberikan gambaran bahwa pemerintah juga sangat peka terhadap masalah-masalah yang mungkin akan ditimbulkan oleh kegiatan

operasional perusahaan baik bagi masyarakat umum, karyawan maupun lingkungan.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*. *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) menjelaskan, *Corporate Social Responsibility* atau tanggungjawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

*Corporate Social Responsibility* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu dasar pemikiran yang melandasi *Corporate Social Responsibility* yang pada saat ini dianggap sebagai inti etika bisnis adalah kesadaran bahwa perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban ekonomi dan legal terhadap pemegang saham (*shareholder*) saja, tetapi juga memiliki kewajiban sosial terhadap *stakeholder* (pemangku kepentingan) seperti pemerintah, *customers, investors*, masyarakat, pegawai dan bahkan kompetitor. *Stakeholder theory* berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu tanggung jawab kepada para *stakeholder*.

Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya, ini berkaitan dengan tuduhan bahwa industri adalah penyumbang terbesar dari terjadinya pemanasan global jelas tidak terbantahkan lagi. Penggunaan energi yang boros hingga buangan limbah gas karbon akibat proses produksi merupakan dampak negatif operasi perusahaan yang terjadi setiap harinya.

Keuntungan, yang merupakan tujuan utama berdirinya suatu perusahaan. Keuntungan yang diperoleh perusahaan melalui aktivitas ekonominya tersebut akan dibagikan kedalam bentuk dividen kepada para pemegang saham, sebagian diberikan untuk pembiayaan pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, serta pembayaran pajak kepada pemerintah. Perusahaan juga dapat turut berpartisipasi dalam upaya pemeliharaan kualitas kehidupan manusia dalam jangka panjang, serta mengambil bagian dalam kegiatan manajemen bencana melalui pemberian bantuan dan kegiatan pencegahan bencana. Bagi masyarakat, perusahaan dapat juga melaksanakan aktivitas-aktivitas yang dapat meningkatkan kompetensi masyarakat di berbagai bidang, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kualitas hidup mereka Susanto(2009:13-16), ( dalamDewa 2010).

Bagi perusahaan, paling tidak ada enam manfaat yang dikemukakan oleh Susanto (2009:13-16), yaitu:

- a. CSR dapat mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan

- b. CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis
- c. CSR dapat membuat karyawan merasa terlibat dan bangga
- d. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholders*-nya
- e. CSR dapat membantu meningkatkan penjualan
- f. Insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya

Oleh karena itu, demi tercapainya keberhasilan pelaksanaan CSR, sangat diperlukan komitmen yang kuat, partisipasi aktif, serta ketulusan dari semua pihak yang peduli terhadap program yang penting ini, mengingat satunya planet yang didiami manusia secara bersama-sama.

Indikator-indikator yang terdapat di dalam GRI yang digunakan dalam penelitian yaitu :

- a. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
- b. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
- c. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
- d. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performanceindicator*)
- e. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
- f. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

Untuk penelitian ini indikator yang digunakan hanyalah tiga kategori, yaitu indikator kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Indikator kinerja sosial mencakup empat indikator yang terdiri dari : indikator kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial/kemasyarakatan, dan produk.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) ACCA(2004), (dalamDewa, 2010). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Berkaitan dengan pelaksanaan CSR, perusahaan bisa dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Meskipun cenderung menyederhanakan realitas, tipologi ini menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan CSR. Pengkategorian dapat memotivasi perusahaan dalam mengembangkan program CSR, dan dapat pula dijadikan cermin dan *guideline* untuk menentukan model CSR yang tepat.

Pengungkapan CSR memang sangat perlu untuk dilakukan mengingat adanya nilai tambah dari kontribusi masyarakat di sekitar perusahaan, termasuk dari penggunaan sumber-sumber sosial yang jika menyebabkan kerusakan tentu akan dapat menjadi biaya sosial (*social cost*) yang harus ditanggung masyarakat, dan akan menimbulkan manfaat sosial (*social benefit*)

apabila perusahaan meningkatkan mutu sumber-sumber sosialnya tersebut.

## **2. Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008), karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para professional. Para professional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Samuel (2000) (dalam Nurlela dan Islahuddin 2008) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan Wahyudi (2005) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual.

Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas ekuitas perusahaan. Seperti yang dikemukakan oleh Van Horne (1998), (dalam

Silaban, 2013) bahwa “*firm value is represented by the market price of the company’s common stock*” yaitu nilai perusahaan ditunjukkan dari harga saham perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan lazim diindikasikan dengan yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan ke depan. Hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan.

Nurlela dan Islahuddin (2008) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan Wahyudi (2006), (dalam Nurlela dan Islahuddin , 2008) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual. Dalam penilaian perusahaan terkandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan, dan *judgment*. Ada beberapa konsep dasar penilaian yaitu : nilai ditentukan untuk suatu waktu atau periode tertentu; nilai harus ditentukan pada harga yang wajar; penilaian tidak dipengaruhi oleh kelompok pembeli tertentu.

Secara umum banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan

dalam penilaian perusahaan, di antaranya adalah : a) pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau *price earning ratio*, metode kapitalisasi proyeksi laba; b) pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas; c) pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen; d) pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva; e) pendekatan harga saham; f) pendekatan *economic value added* (Suharli, 2002).

Pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Akan tetapi di balik tujuan tersebut masih terdapat konflik antara pemilik perusahaan dengan penyedia dana sebagai kreditur. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat, sedangkan nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak terpengaruh sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai dari saham kepemilikan bisa merupakan index yang tepat untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan.

Berdasarkan alasan itulah, maka tujuan manajemen keuangan dinyatakan dalam bentuk maksimalisasi nilai saham kepemilikan perusahaan, atau memaksimalisasikan harga saham. Tujuan memaksimalkan harga saham tidak berarti bahwa para manajer harus berupaya mencari kenaikan nilai saham dengan mengorbankan para pemegang obligasi. Nilai perusahaan dapat juga dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya.

Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dimasa lampau dan prospeknya dimasa depan. Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar

perusahaan, salah satunya Tobin's Q. Rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh asset perusahaan. Dengan memasukkan seluruh asset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor saja yaitu investor dalam bentuk saham namun juga untuk kreditur karena sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya dari ekuitasnya saja tetapi juga dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur (Sukamulja, 2004).

Jadi semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar asset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku asset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut (Sukamulja, 2004).

Dalam Isu pemanasan global, tampaknya belum ada perusahaan di Indonesia yang menempatkannya sebagai bagian dari strategi CSR. Padahal, harusnya perusahaan-perusahaan segera sadar bahwa Indonesia juga merupakan salah satu negara penyumbang karbon besar karena deforestasi dan borosnya penggunaan bahan bakar fosil. Hal ini ironis karena seharusnya badan usaha yang melaksanakan CSR lebih peduli terhadap lingkungan karena berkaitan dengan kelangsungan hidup orang banyak dan membantu mempercepatnya MDGs (*Millennium Development Goals*) yang merupakan

janji negara kepada rakyatnya didalam pembangunan, kemudian hal ini akan membawa dampak yang positif pula bagi pencitraan perusahaan dimata calon investor, yang akhirnya akan mempengaruhi nilai perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya.

Hal inilah yang mungkin saja menciptakan hasil yang tidak konsisten didalam penelitian, misalnya saja penelitian Basamalah dan Jermias (2005) menunjukkan bahwa salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis, namun meskipun belum bersifat *mandatory*, tetapi dapat dikatakan bahwa hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah mengungkapkan informasi mengenai CSR dalam laporan tahunannya. Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan Verrecchia(1983), (dalam Basamalah dan Jermias, 2005). Pada penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga (2010) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya pada penelitian yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahudin (2008) menunjukkan hasil yang bertentangan yakni tidak adanya pengaruh antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

### **3. Kualitas Audit**

Sehubungan dengan teori agensi yang mengasumsikan bahwa manusia itu selalu *self interest* maka kehadiran pihak ketiga yang independen sebagai mediator pada hubungan antara prinsipal dan agen diperlukan. Pihak ketiga

antara manajemen perusahaan dengan pengguna laporan keuangan perusahaan adalah auditor independen. Investor akan lebih cenderung yakin pada data akuntansi yang dihasilkan dari kualitas audit yang tinggi. Seorang auditor dituntut untuk menghasilkan kualitas audit yang baik, karena laporan auditor begitu penting bagi pengguna laporan keuangan dalam mengambil berbagai keputusan.

Dalam penelitiannya, Watkins dkk. (2004) telah mengidentifikasi empat buah definisi kualitas audit dari beberapa ahli, yaitu sebagai berikut.

- a. Kualitas audit adalah probabilitas nilai-pasar bahwa laporan keuangan mengandung kekeliruan material dan auditor akan menemukan dan melaporkan kekeliruan material tersebut.
- b. Kualitas audit merupakan probabilitas bahwa auditor tidak akan melaporkan laporan audit dengan opini wajar tanpa pengecualian untuk laporan keuangan yang mengandung kekeliruan material.
- c. Kualitas audit diukur dari akurasi informasi yang dilaporkan oleh auditor
- d. Kualitas audit ditentukan dari kemampuan audit untuk mengurangi noise dan bias dan meningkatkan kemurnian pada data akuntansi.

Selanjutnya, istilah “kualitas audit” mempunyai arti yang berbeda-beda bagi setiap orang. Para pengguna laporan keuangan berpendapat bahwa kualitas audit yang dimaksud terjadi jika auditor dapat memberikan jaminan bahwa tidak ada salah saji yang material (*no material misstatements*) atau kecurangan (*fraud*) dalam laporan keuangan audit.

Probabilitas seorang auditor atau pemeriksa menemukan penyelewengan, umumnya diasumsikan oleh peneliti adalah positif dan tetap dengan anggapan bahwa semua auditor mempunyai kemampuan teknis dan independen, dan ini merupakan kunci dari permasalahan kualitas audit.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Deis dan Giroux (1992) yang melakukan investigasi tentang determinan dari kualitas audit oleh Independen CPA firm di Texas pada Audits of Independen School District. Study ini menganalisa temuan-temuan Quality Control Review (QCR) yang diperoleh melalui pengukuran langsung secara relatif atas kualitas audit. Deis & Giroux menjelaskan adanya dua variabel yang mempengaruhi kualitas audit, dari dua variabel tersebut dia melahirkan 4 hipotesis, yang menyatakan korelasinya dengan kualitas audit yaitu:

- a. Tenure adalah lamanya waktu auditor tersebut telah melakukan pemeriksaan terhadap suatu unit/unit usaha/perusahaan atau instansi. Peneliti berasumsi bahwa semakin lama dia telah melakukan audit, maka kualitas audit yang dihasilkan akan semakin rendah. Karena auditor menjadi kurang memiliki tantangan dan prosedur audit yang dilakukan kurang inovatif atau mungkin gagal untuk mempertahankan sikap professional skepticism.
- b. Jumlah klien. Peneliti berasumsi bahwa semakin banyak jumlah klien maka kualitas audit akan semakin baik. Karena auditor dengan jumlah klien yang banyak akan berusaha menjaga reputasinya.

- c. Ukuran dan kekayaan atau kesehatan keuangan klien juga berkorelasi dengan kualitas audit. Dan korelasinya menunjukkan hubungan yang negatif, dengan asumsi bahwa semakin sehat keuangan klien, maka ada kecendrungan klien tersebut untuk menekan auditor untuk tidak mengikuti standar. Kemampuan auditor untuk bertahan dari tekanan klien adalah tergantung pada kontrak ekonomi dan kondisi lingkungan dan gambaran perilaku auditor, termasuk di dalamnya adalah : (a) pernyataan etika profesional, (b) kemungkinan untuk dapat mendeteksi kualitas yang buruk, (c) figur dan visibility untuk mempertahankan profesi, (d) Auditing berada (menjadi) anggota komunitas profesional, (e) tingkat interaksi auditor dengan kelompok Professional Peer Groups, dan (f) Normal internasional profesi auditor
- d. Kualitas audit akan meningkat jika auditor tersebut mengetahui bahwa hasil pekerjaannya akan direview oleh pihak ketiga.

Auditor memiliki tanggung jawab yang besar dalam menghasilkan informasi berkualitas tinggi yang akan berguna bagi para pemakai laporan keuangan dalam pengambilan keputusan. Auditor yang memiliki kualitas yang baik akan lebih cenderung mengeluarkan opini audit *going concern* terhadap perusahaan yang memang seharusnya mendapatkan opini tersebut.

Kualitas audit diprosikan dengan kantor akuntan publik (KAP) yang berafiliasi dengan *The Big Four* maupun dengan *Non Big Four*. Umumnya KAP *the big four* memiliki kualitas audit yang lebih baik dibanding dengan *non big four*. Ukuran kantor akuntan publik *the big four* didasarkan atas

besarnya jumlah pendapatan yang diterima atas jasa audit atau jasa lainnya.

### C. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat dijelaskan melalui tabel berikut ini:

**Tabel 2.2**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

NO	Peneliti	Judul	Indikator	Hasil Penelitian
1.	Ahmad Nurkhin (2009)	Corporate Governance Dan Profitabilitas; Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Dibursa Efek Indonesia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CSR= Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap <i>item</i> CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0</li> <li>• Profitabilitas = <math>Return\ on\ equity</math> (ROE) = <math>\frac{Return\ Equity}{Shareholders\ Equity}</math></li> <li>• Good governance = komposisi dewan komisaris independen diukur dengan proksi jumlah keanggotaan dewan komisaris independen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepemilikan institusional tidak terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</li> <li>• Komposisi dewan komisaris independen dengan proksi prosentase jumlah dewan komisaris independen terbukti signifikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</li> <li>• Profitabilitas dengan</li> </ul>

			<p>terhadap keseluruhan jumlah anggota dewan komisaris.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukuran Perusahaan = menggunakan <i>natural log of the firm's total assets</i> sebagai proksi</li> </ul>	<p>proksi ROE terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sementara tipe industri tidak terbukti.</li> </ul>
2.	Dewa Sanchaya Nistantaya (2010)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Profitabilitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CSR = Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap <i>item</i> CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0</li> <li>• Profitabilitas</li> </ul>	Menunjukkan adanya hubungan positif antara CSR dengan profitabilitas perusahaan.

			$= \text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}}$	
3.	Rimba Kusumadilaga (2010)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Persentase Kepemilikan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CSR= Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap <i>item</i> CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0</li> <li>• Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya.</li> <li>• Profitabilitas <math display="block">= \text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}}</math></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</li> <li>• Variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan.</li> </ul>
4.	Rika Nurlela dan Islahuddin (2007)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Persentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CSR= Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap <i>item</i> CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i>, prosentase kepemilikan manajemen, serta interaksi antara <i>Corporate Social</i></li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya.</li> <li>• Persentase Kepemilikan Manajementiukur dengan Natural Logaritma=<math>\% \text{ saham yang dimiliki oleh manajer, dewan direksi dan komisaris} : \text{total jumlah saham yang beredar}</math>.</li> </ul>	<i>Responsibility</i> dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
5	Ni Wayan Yuniasih dan Made Gede Wirakusuma (2007)	Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kinerja Keuangan diukur dengan <math>\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}}</math></li> <li>• Nilai Perusahaan diukur dengan Tobins <math>q = \frac{\text{MVE (Equity Market Value)}}{\text{harga penutupan saham di akhir tahun buku}}</math> x banyaknya saham biasa yang beredar + nilai buku total hutang: <math>\frac{\text{total aset} - \text{total kewajiban}}</math></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Return On Asset terbukti berpengaruh positif pada nilai perusahaan.</li> <li>• Pengungkapan CSR sebagai variable pemoderasi terbukti berpengaruh positif secara statitis pada hubungan Return on Asset.</li> <li>• Kepemilikan Manajerial sebagai variable pemoderasi tidak terbukti berpengaruh terhadap hubungan</li> </ul>

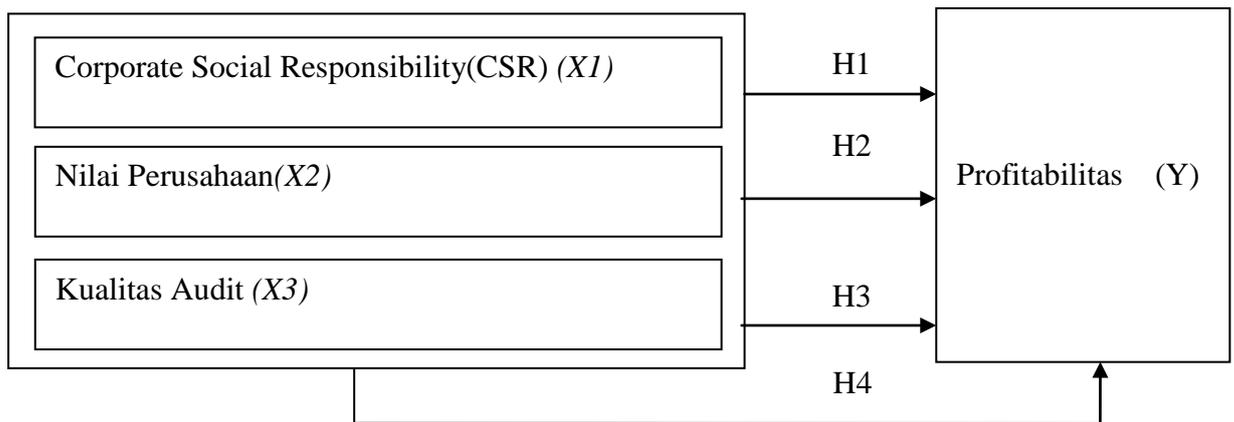
			<ul style="list-style-type: none"> <li>+ nilai buku total hutang.</li> <li>• CSR= Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap <i>item</i> CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0.</li> <li>• Good governance = komposisi dewan komisaris independen diukur dengan proksi jumlah keanggotaan dewan komisaris independen terhadap keseluruhan jumlah anggota dewan komisaris.</li> </ul>	return on asset dan nilai perusahaan.
6	Sunarto dan Agus Prasetyo Budi (2009)	Pengaruh Leverage, Ukuran dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leverage diukur dengan Total hutang dibagi dengan total aktiva</li> <li>• Ukuran Perusahan diukur dengan total asset yang diukur dengan Ln(Logaritma</li> </ul>	Ukuran perusahaan yang diwakili besarnya penjualan terbukti berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini

			Natural) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertumbuhan perusahaan diukur dengan penjualan dari tahun ketahun.</li> </ul>	menunjukkan omzet penjualan yang makin tinggi makin menguntungkan perusahaan.
8	Luhglatno (2010)	Analisis Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Menejemen Laba Studi Pada Perusahaan Yang Melakukan IPO Di Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas audit diukur dengan dikotomi yaitu setiap <i>item</i> diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0</li> <li>• Manajemen laba diukur dengan laba bersih (net income) – arus kas operasi (cash flow from operating)</li> </ul>	KAP Big Four tidak berpengaruh secara signifikan terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan yang melakukan IPO di Indonesia.

#### D. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konsep ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar mengenai variabel-variabel yang akan diteliti. Kerangka konseptual dari penelitian ini dapat dilihat pada

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual Penelitian**



### **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya melalui suatu penelitian. Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka konseptual peneliti menentukan dan akan menguji hipotesis sebagai berikut :

#### **1. Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas**

##### **Perusahaan.**

Jika perusahaan melaksanakan CSR, maka perusahaan tersebut mempunyai motif untuk meningkatkan keuntungan. Motif yang kedua, perusahaan melaksanakan CSR, untuk mengurangi ancaman atau tekanan dari pemerintah atau aktivis LSM. Motif yang ketiga adalah karena kesadaran moral, tanpa pamrih untuk mendapatkan keuntungan finansial,

perusahaan secara sadar merespon kebutuhan akan pentingnya perhatian pada lingkungan. Ketiga motif diatas, dapat diketahui bahwa gerakan yang dilakukan perusahaan sebenarnya apakah bersifat strategis atau etis.

Masalah tanggung jawab sosial perusahaan kepada lingkungan sosial semakin banyak disoroti, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh kepedulian sosial perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terhadap profit yang dihasilkannya. Biaya-biaya sosial sebagai wujud pelaksanaan CSR perusahaan dikaitkan dengan profitabilitas perusahaan, terutama pada *return* yang akan diterima perusahaan.

Dalam hal ini, peneliti ingin mengetahui apakah pengungkapan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, dan jika berpengaruh, peningkatan profitabilitas suatu perusahaan yang akan diukur dengan nilai *Return on Assets*(ROA). Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H1 :** Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh terhadap profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI .

## **2. Nilai Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan.**

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008), karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal

menyerahkan pengelolaannya kepada para professional. Para professional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah :

**H2** : Nilai Perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI.

### **3. Kualitas auditor terhadap Profitabilitas Perusahaan.**

Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. Kualitas auditor merupakan salah satu pertimbangan penting bagi investor untuk menilai kewajaran suatu laporan keuangan. Kualitas auditor dipandang sebagai kemampuan untuk mempertinggi kualitas suatu laporan keuangan bagi perusahaan maka auditor yang berkualitas tinggi diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan investor. Akuntan publik sebagai auditor eksternal yang relatif lebih independen dari manajemen dibandingkan auditor internal sejauh ini diharapkan dapat meminimalkan kasus rekayasa laba dan meningkatkan kredibilitas informasi akuntansi dalam laporan keuangan. Meutia (2004) membuktikan tentang pengaruh independensi auditor terhadap manajemen laba untuk KAP Big Four dan KAP Non-Big Four. Perusahaan yang diaudit oleh KAP Big Four memiliki absolute discretionary accruals yang lebih rendah, dibandingkan dengan perusahaan yang diaudit oleh KAP Non-Big Four. Hal ini menunjukkan bahwa KAP Big Four lebih berkualitas dalam mendeteksi berlakunya manajemen laba di dalam suatu perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah :