



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TELAAH LITERATUR

2.1 Kinerja Keuangan Perusahaan

Menurut Sucipto (2003) dalam Saraswati, dkk. (2013), kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Menurut Simanjuntak (2005) dalam Amaliyah dan Thahar (2013) kinerja keuangan adalah tingkat pencapaian hasil dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan. Barlian (2003) dalam Wangi (2010) menyatakan bahwa kinerja keuangan suatu perusahaan dapat diartikan sebagai prospek atau masa depan, pertumbuhan, dan potensi perkembangan yang baik bagi perusahaan. Informasi kinerja keuangan diperlukan untuk menilai perubahan perubahan potensial sumber daya ekonomi, yang mungkin dikendalikan di masa depan dan untuk memprediksi kapasitas produksi dari sumber daya yang ada.

Anwar, dkk. (2010) juga menyatakan bahwa kinerja keuangan adalah hasil banyak keputusan yang dibuat secara terus-menerus oleh pihak manajemen perusahaan untuk mencapai suatu tujuan tertentu secara efektif dan efisien. Menurut Zuliarni (2012) ukuran kinerja perusahaan yang paling lama dan yang paling banyak digunakan adalah kinerja keuangan yang diukur dari laporan keuangan perusahaan. Kemudian Zuliarni (2012) juga menambahkan analisis terhadap laporan keuangan dapat diukur dengan cara menghitung rasio keuangan.

Analisis rasio merupakan alat pengukuran kinerja keuangan yang paling populer dan banyak digunakan. Meskipun begitu, fungsi dari analisis rasio ini sering disalahartikan dan, sebagai konsekuensinya, arti dari analisis rasio ini sering diartikan berlebihan. Kita dapat menghitung berbagai macam rasio menggunakan informasi yang ada pada laporan keuangan perusahaan. Beberapa rasio memiliki fungsi yang umum dan rasio lainnya memiliki sifat unik berdasarkan pada keadaan atau industry tertentu (Subramanyam, 2014).

Terdapat 3 jenis analisis rasio menurut Subramanyam (2014), yaitu:

1. *Credit analysis*. Pertama kita berfokus pada likuiditas. Likuiditas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya. Rasio yang digunakan dalam analisis ini adalah *current ratio*, *acid-test ratio*, *receivable collection period*, dan *days to sell inventory*.
2. *Analysis of Solvency*. *Solvency* mengacu pada kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka panjang perusahaan. Rasio yang digunakan dalam analisis ini adalah *total debt-to-equity*, *long term debt-to-equity*, dan *times interest earned*.
3. *Profitability Analysis*. Salah satu bagian dalam analisis profitabilitas ini adalah mengevaluasi performa operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan melihat rasio yang menghubungkan item yang ada pada *income statement* dengan *sales*. Analisis pemanfaatan aset juga memiliki keterkaitan dengan analisis profitabilitas. Rasio penggunaan aset, yang menghubungkan *sales* dengan kategori aset yang berbeda, penting untuk menentukan *return of investment* perusahaan.

Weygandt (2013) mengklasifikasikan rasio keuangan sebagai berikut:

1. Rasio Likuiditas.

Rasio likuiditas mengukur kemampuan jangka pendek dari perusahaan untuk membayar kewajibannya yang jatuh tempo dan memenuhi kebutuhan *cash* yang tidak terduga. Kreditor jangka pendek seperti *bankers* dan *suppliers* secara khusus memiliki ketertarikan untuk menilai likuiditas. Rasio yang bisa kita gunakan untuk menghitung likuiditas adalah *current ratio*, *acid-test ratio*, *receivable turnover*, dan *inventory turnover*.

2. Rasio Profitabilitas.

Rasio profitabilitas mengukur pendapatan atau keberhasilan operasional dari perusahaan selama periode waktu tertentu. Pendapatan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memperoleh pendanaan melalui utang dan ekuitas. Hal ini juga mempengaruhi posisi likuiditas perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk berkembang. Sebagai konsekuensinya, baik kreditor maupun investor tertarik untuk mengevaluasi *earning power* perusahaan-profitabilitas. Para analis sering menggunakan ukuran profitabilitas sebagai alat uji terhadap efektifitas operasional perusahaan. Rasio yang bisa kita gunakan untuk menghitung profitabilitas adalah *profit margin*, *asset turnover*, *return on assets*, *return on ordinary shareholders' equity*, *earnings per share (EPS)*, *price-earnings ratio*, dan *payout ratio*.

3. Rasio Solvabilitas.

Rasio solvabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Kreditor jangka panjang dan *shareholders* secara

khusus menaruh perhatian pada kemampuan perusahaan untuk membayar bunga yang jatuh tempo dan pokok dari utang yang jatuh tempo.

Rasio profitabilitas bertujuan untuk mengukur efektifitas manajemen yang tercermin pada imbalan atas hasil investasi melalui kegiatan perusahaan atau dengan kata lain mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan efisiensi dalam pengelolaan kewajiban dan modal (Sugiono, dkk., 2008). Dalam Kieso (2011) juga menjelaskan mengenai rasio profitabilitas sebagai berikut:

“Profitability ratio measure the income or operating success of a company for a given period of time. Income, or lack of it, affects the company’s ability to obtain debt and equity financing. It also affects the company’s liquidity position and the company’s ability to grow. As a consequence, both creditors and investors are interested in evaluating earnings power-profitability. Analysts frequently use profitability as the ultimate test of management’s operating effectiveness.”

Penjelasan dari pernyataan diatas adalah rasio profitabilitas mengukur pendapatan atau keberhasilan operasional dari perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan perusahaan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mendapatkan pendanaan. Pendapatan juga mempengaruhi posisi likuiditas dan pertumbuhan dari perusahaan. Konsekuensinya, baik kreditor maupun investor tertarik untuk mengevaluasi *earning power-profitability*. Analisis biasanya menggunakan profitabilitas sebagai dasar pengujian keefektifan operasional manajemen.

Kieso (2011) membagi rasio profitabilitas menjadi 7 pengukuran, yaitu:

1. *Profit Margin*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba per mata uang penjualan yang dinyatakan dalam persentase.

2. *Assets Turnover*

Rasio ini mengukur seberapa efisien perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan penjualan.

3. *Return on Assets*

Rasio ini mengukur profitabilitas perusahaan yang diperoleh dari penggunaan aset perusahaan.

4. *Return on Shareholders' Equity*

Rasio ini mengukur profitabilitas perusahaan dari sudut pandang pemegang saham biasa. Maka rasio ini mengukur profitabilitas perusahaan yang diperoleh dari investasi pemegang saham biasa.

5. *Earnings Per Share (EPS)*

Rasio ini mengukur laba bersih yang diperoleh dari setiap saham biasa perusahaan.

6. *Price-Earnings Ratio*

Rasio ini mengukur rasio dari harga pasar setiap saham biasa dengan pendapatan per lembar saham biasa.

7. *Payout Ratio*

Rasio ini mengukur persentase dari laba yang didistribusikan dalam bentuk dividen kas.

Rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ROA* dan *ROE*.

2.1.1 Return on Assets (ROA)

Wisner, dkk. (2009) mendefinisikan *ROA* sebagai rasio keuangan dari laba bersih perusahaan dalam kaitannya dengan total aset perusahaan. *ROA* mengindikasikan seberapa efisien manajemen dalam menggunakan total asetnya dalam menghasilkan profit. Zuliarni (2012) mendefinisikan *ROA* sebagai rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Gaughan (1996) dalam Wangi (2010) mengartikan *ROA* sebagai rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki. Perusahaan yang memiliki *ROA* yang tinggi dianggap menghasilkan kinerja yang baik. Ini berarti jika semakin besar rasio ini menunjukkan laba yang dapat dihasilkan dari seluruh kekayaan yang dimiliki juga besar.

Weygandt, dkk (2013) merumuskan *ROA* sebagai berikut:

$$ROA = \frac{Net\ Income}{Average\ Assets}$$

Keterangan:

ROA : *return on assets*
Net Income : laba bersih tahunan perusahaan
Average Assets : rata-rata aset di tahun t-1 dan t

Menurut Abdullah (1993) dalam Nurdhiana (2012) laba bersih adalah kelebihan seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk seluruh periode tertentu

setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam laporan laba rugi. Kieso, dkk. (2011) menjelaskan komponen-komponen umum yang terdapat dalam laporan laba rugi perusahaan, baik seluruhnya maupun beberapa, terkait laba bersih, sebagai berikut:

1. *Sales or Revenue Section*: menyajikan penjualan, diskon, *allowances*, retur, dan informasi terkait lainnya untuk menghasilkan penjualan bersih.
2. *Cost of Goods Sold Section*: Menyajikan beban pokok penjualan untuk menghasilkan penjualan.

Gross Profit: diperoleh dari pendapatan dikurangi beban pokok penjualan.

3. *Selling Expenses*: Merupakan beban yang timbul akibat usaha perusahaan untuk menghasilkan penjualan.
4. *Administrative or General Expenses*: Merupakan beban terkait administrasi umum.
5. *Other Income and Expense*: Meliputi seluruh transaksi lainnya yang tidak sesuai dengan kategori pendapatan maupun beban yang telah disebutkan sebelumnya. Contoh: keuntungan maupun kerugian penjualan aset tetap, penurunan nilai aset, biaya restrukturisasi, pendapatan sewa, pendapatan dividen, dan pendapatan bunga.

Income from Operation: hasil yang diperoleh perusahaan dari aktivitas normal.

6. *Financing Costs*: Merujuk pada beban bunga.

Income before Income Tax: Total penghasilan perusahaan sebelum pajak penghasilan.

7. *Income Tax*: Pajak yang dipungut atas *Income before Income Tax*.

Income from Continuing Operations: Penghasilan perusahaan sebelum memperhitungkan keuntungan maupun kerugian dari operasi yang dihentikan (*discontinued operations*).

8. *Discontinued Operations*: Keuntungan maupun kerugian yang dihasilkan dari pelepasan salah satu komponen yang dimiliki perusahaan.

Net Income: Hasil bersih yang diperoleh atas kinerja perusahaan dalam suatu periode.

9. *Non-Controlling Interest*: Menyajikan alokasi laba bersih kepada pemegang saham utama dan kepada kepentingan non pengendali (disebut juga kepentingan minoritas).

10. *Earnings per Share*: Jumlah per saham yang dilaporkan.

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) menetapkan informasi-informasi yang perlu disajikan dalam laporan laba rugi komprehensif. IAI (2012) mengemukakan laba rugi komprehensif minimal mencakup pos-pos berikut:

1. Pendapatan
2. Biaya keuangan
3. Bagian laba rugi dari entitas asosiasi dan ventura bersama yang dicatat dengan menggunakan metode ekuitas
4. Beban pajak
5. Suatu jumlah tunggal yang mencakup total dari:
 - a. Laba rugi setelah pajak dari operasi yang dihentikan

- b. Keuntungan atau kerugian setelah pajak yang diakui dengan pengukuran nilai wajar dikurangi biaya untuk menjual atau dari pelepasan aset atau kelompok yang dilepaskan dalam rangka operasi yang dihentikan
6. Laba rugi
7. Setiap komponen dari pendapatan komprehensif lain yang diklasifikasikan sesuai dengan sifat (selain jumlah dalam nomor 8)
8. Bagian pendapatan komprehensif lain dari entitas asosiasi dan ventura bersama yang dicatat dengan menggunakan metode ekuitas
9. Total laba rugi komprehensif.

Weygandt, dkk. (2013) menyatakan pengertian aset secara sederhana yaitu bahwa aset adalah sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Karakteristik umum yang dimiliki oleh seluruh aset adalah kemampuan untuk menyediakan jasa atau manfaat di masa depan (Weygandt, dkk., 2013)

Menurut Ross, dkk. (2012), aset dapat diklasifikasikan dalam 2 jenis, yaitu *current assets* (aset lancar) dan *fixed assets* (aset tetap). IAI (2012) menyatakan bahwa entitas mengklasifikasikan aset sebagai aset lancar jika:

1. Entitas mengharapkan akan merealisasikan aset, atau bermaksud untuk menjual atau menggunakannya, dalam siklus operasi normal;
2. Entitas memiliki aset untuk tujuan diperdagangkan;
3. Entitas mengharapkan akan merealisasikan aset dalam jangka waktu dua belas bulan setelah periode pelaporan; atau

4. Kas atau setara kas (seperti yang dinyatakan dalam PSAK 2 (revisi 2009: Laporan Arus Kas), kecuali aset tersebut dibatasi pertukaran atau penggunaannya untuk menyelesaikan liabilitas sekurang-kurangnya dua belas bulan setelah periode pelaporan.

Ross, dkk (2012) menyatakan aset tetap dapat dibagi ke dalam 2 bagian, yaitu aset tetap berwujud dan aset tetap tidak berwujud. IAI (2012) dalam PSAK 16 mengungkapkan bahwa aset tetap adalah aset berwujud yang:

1. Dimiliki untuk digunakan dalam produksi atau penyediaan barang atau jasa untuk direntalkan kepada pihak lain, atau untuk tujuan administratif;
2. Diharapkan untuk digunakan selama lebih dari satu periode.

Kieso, dkk. (2011) mengungkapkan bahwa karakteristik dari aset tidak berwujud adalah:

1. Dapat diidentifikasi: aset tidak berwujud harus dapat dipisahkan dari perusahaan (dapat dijual atau dipindahkan) atau aset takberwujud tersebut timbul dari kontrak atau hak hukum yang menyebabkan manfaat ekonomis mengalir pada perusahaan.
2. Tidak memiliki bentuk fisik
3. Bukan merupakan aset moneter

Perusahaan yang memiliki *ROA* yang tinggi dianggap menghasilkan kinerja yang baik. Ini berarti jika semakin besar rasio ini menunjukkan laba yang dapat dihasilkan dari seluruh kekayaan yang dimiliki juga besar (Laurentnovelia, 2012). Apabila *ROA* meningkat, profitabilitas perusahaan meningkat, sehingga

dampak akhirnya adalah peningkatan profitabilitas yang dinikmati oleh pemegang saham (Husnan, 1998 dalam Daelawati, 2013). Menurut Lestari dan Sugiharto (2007:196) dalam Rinati (2009), angka *ROA* dapat dikatakan baik apabila $> 2\%$.

2.2 Konsep *Ecoefficiency*

Dalam Hansen, 2007 terdapat pernyataan yang berkaitan dengan *ecoefficiency*, yaitu:

“Ecoefficiency essentially maintains that organization can produce more useful goods and service while simultaneously reducing negative environment impact, resource consumption, and cost. This concept conveys at least three important messages. First, improving ecological and economic performance can and should be complementary. Second, improving environmental performance should no longer be viewed as a matter of charity and goodwill but rather as a matter of competitiveness. Third, ecoefficiency is complementary to and supportive of sustainable development. Sustainable development is defined as development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generation to meet their own needs”.

Pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa dengan konsep *ecoefficiency* pada dasarnya organisasi dapat memproduksi barang dan/atau jasa yang lebih berguna dan mengurangi dampak negatif lingkungan, konsumsi sumber daya, dan biaya. Konsep ini menyampaikan bahwa peningkatan kinerja ekologi dan ekonomi dapat dan harus saling melengkapi. Kinerja ekologi dan ekonomi harus dilakukan secara seimbang dan seharusnya tidak lagi dipandang sebagai masalah amal dan *goodwill* melainkan sebagai masalah daya saing. Kemudian konsep *ecoefficiency* melengkapi dan mendukung pembangunan berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan didefinisikan sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan

masa kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri.

Perusahaan yang ingin menerapkan konsep *ecoefficiency* harus berusaha meningkatkan 7 aspek yang disebutkan oleh *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, yaitu:

- a. Mengurangi intensitas penggunaan bahan baku untuk barang dan/atau jasa yang diproduksi
- b. Mengurangi intensitas penggunaan energi untuk barang dan/atau jasa yang diproduksi
- c. Mengurangi penyebaran material yang beracun
- d. Meningkatkan kemampuan suatu material untuk dapat didaur ulang
- e. Memaksimalkan pemanfaatan berkelanjutan sumber daya yang dapat diperbaharui
- f. Memperpanjang daya tahan produk-produknya
- g. Meningkatkan intensitas pelayanan barang dan jasa.

(<http://www.apo-tokyo.org>)

Ecoefficiency menunjukkan bahwa efisiensi dapat bertambah apabila perusahaan melakukan peningkatan kinerja lingkungan. Terdapat 6 alasan yang mendasari pernyataan tersebut. Pertama, adanya permintaan akan produk yang bersih (proses pengelolaannya tidak merusak lingkungan dan penggunaan serta pembuangannya juga ramah lingkungan) dari konsumen. Kedua, pekerja lebih memilih untuk bekerja pada perusahaan yang memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan sehingga produktifitas dapat bertambah. Ketiga, perusahaan yang memiliki rasa

tanggung jawab terhadap lingkungan biasanya memperoleh manfaat-manfaat seperti pengurangan biaya modal dan biaya asuransi. Keempat, kinerja lingkungan yang baik juga akan mendatangkan manfaat sosial seperti manfaat terhadap kesehatan manusia.

Kemudian faktor kelima adalah adanya fokus pada perkembangan kinerja lingkungan akan menyadarkan manajer untuk berinovasi dan mencari peluang baru. Hal ini bisa berdampak munculnya pasar baru untuk hasil produksi yang awalnya dikelompokkan sebagai barang sisa. Kemudian dengan pengembangan kinerja lingkungan juga dapat memunculkan suatu produk baru yang lebih ramah lingkungan. Keenam, menurunnya biaya lingkungan dapat menambah keunggulan kompetitif perusahaan (Hansen, 2007). Biaya lingkungan adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan berhubungan dengan kerusakan lingkungan yang ditimbulkan dan perlindungan yang dilakukan (Susenohaji, 2003 dalam Fitriani, 2013). Hansen (2007) melanjutkan bahwa faktor yang menurunkan biaya lingkungan merupakan faktor yang paling penting. Pengetahuan mengenai biaya lingkungan beserta penyebabnya dapat berujung pada tindakan mendesain ulang proses, dimana penggunaan material dan polutan yang dikeluarkan akan dikurangi (Hansen, 2007).

Biaya lingkungan dapat diklasifikasikan dalam empat kategori, yaitu:

a. *Environmental prevention costs*

Biaya ini adalah biaya-biaya dari aktivitas yang dikeluarkan untuk mencegah diproduksinya limbah dan/atau sampah yang dapat merusak lingkungan.

b. *Environmental detection costs*

Biaya ini adalah biaya –biaya dari aktivitas yang dikeluarkan untuk menentukan bahwa produk, proses, dan aktivitas lain di perusahaan telah sesuai dengan standar lingkungan yang berlaku umum.

c. *Environmental internal failure costs*

Biaya ini adalah biaya-biaya dari aktivitas yang dikeluarkan karena limbah dan/atau sampah telah dihasilkan namun tidak dibuang ke lingkungan.

d. *Environmental external failure costs*

Biaya ini adalah biaya-biaya dari aktivitas yang dikeluarkan setelah melepaskan limbah dan/atau sampah ke lingkungan. *Realized external failure costs* adalah biaya yang terjadi dan dibayarkan oleh perusahaan, sedangkan *unrealized external failure costs* merupakan biaya yang disebabkan oleh perusahaan tetapi terjadi dan dibayarkan oleh pihak-pihak di luar perusahaan (Hansen, 2007).

2.3 Teori Legitimasi

Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat (Nurkhin, 2009 dalam Kristi, 2013). Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa kegiatan atau aktivitas yang dilakukan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat dimana perusahaan beroperasi atau berada. Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang

diinginkan, pantas, ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995 dalam Purwanto, 2011). Legitimasi perusahaan merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal ini dapat dijadikan wahana untuk mengkonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya mempromosikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, 2010: 87 dalam Sari 2012).

Lindblom (1994) dalam Ikbal (2012) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan 4 strategi legitimasi ketika menghadapi ancaman legitimasi. Oleh karena itu, untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan (seperti kecelakaan yang serius atau skandal keuangan), organisasi mungkin:

1. Mencoba untuk mendidik *stakeholdernya* tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya.
2. Mencoba untuk merubah persepsi *stakeholder* terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi).
3. Mengalihkan (memanipulasi) perhatian dari masalah yang menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif yang tidak berhubungan dengan kegagalan - kegagalan).
4. Mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya.

Kemudian Ikbal (2012) melanjutkan, teori legitimasi memberikan dampak peningkatan citra positif bagi perusahaan. Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan yang penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan.

2.4 Kinerja Lingkungan

2.4.1 Lingkungan hidup

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 tahun 1997 mengenai pengelolaan lingkungan hidup, lingkungan hidup adalah kesatuan ruangan dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) lingkungan adalah daerah (kawasan dsb) yang termasuk di dalamnya; semua yang mempengaruhi pertumbuhan manusia atau hewan. Sedangkan lingkungan hidup adalah kesatuan ruangan dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2008).

2.4.2 Kinerja lingkungan

Menurut Suratno (2006) dalam Fitriani (2013), kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik atau *green*. Menurut Sukirman (2012) terdapat beberapa aktivitas mendasar yang terkait dengan tanggung jawab terhadap lingkungan yaitu pertama, *pollution prevention* dilakukan dengan menciptakan pengawasan polusi, artinya membersihkan segala yang tidak berguna setelah menghasilkan produk. Kedua, *product stewardship* yang dilakukan tidak hanya dengan meminimalisasi polusi dari proses produksi, tetapi juga dampak lingkungan yang terkait dengan siklus hidup suatu produk.

Design for environmental (DFE), merupakan alat untuk memudahkan melakukan *recovery*, *reuse* atau *recycle* terhadap produk. Ketiga, *clean technology* perusahaan yang memiliki pemikiran jauh ke depan tentunya harus merencanakan untuk investasi di bidang teknologi. Keberadaan teknologi, seperti industri kimia sangat rentan terhadap lingkungan (Rams et al., 2009 dalam Sukirman, 2012).

Penelitian ini mengukur kinerja lingkungan dengan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) dari Kementerian Lingkungan Hidup. PROPER berawal dari suatu program lingkungan yang disebut Program Kali Bersih (PROKASIH). Dari PROKASIH, ditarik satu pelajaran penting, bahwa pendekatan pengelolaan lingkungan konvensional “*command and control*” ternyata tidak dapat mendorong peningkatan kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan secara menyeluruh. Pada awal pelaksanaan PROKASIH, sistem penegakan hukum lingkungan masih lemah, sistem peraturan belum memadai dan kapasitas serta jumlah pengawas lingkungan hidup juga masih terbatas. Tahun 1990-an, sulit mengharapakan industri patuh terhadap peraturan dan bersedia menginvestasikan uang untuk membangun IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah). Bahkan jika mereka sudah investasi, sulit untuk mengharapakan IPAL tersebut dioperasikan secara benar. Bank Dunia (1990) menemukan terjadinya ketimpangan dalam pola pembuangan beban pencemaran industri ke sungai. Sepanjang pengawasan yang dilakukan terhadap industri peserta PROKASIH, ada industri yang menunjukkan lompatan kinerja pengelolaan lingkungan yang luar biasa; mereka sangat peduli dan menempatkan urusan ini sebagai salah satu prioritas utama. Ada juga industri

yang jalan di tempat, tidak peduli dengan limbah yang dihasilkan, tidak peduli dengan sungai yang tercemar dan tidak peduli teguran pejabat pengawas lingkungan hidup. Mengapa kondisi seperti ini terjadi? Ternyata salah satu faktor penyebabnya adalah sifat pendekatan pengelolaan konvensional (*command and control*) yang hanya melibatkan dua aktor, yaitu pemerintah sebagai pengawas dan industri sebagai pihak yang diawasi. Sesuai dengan hukum aksi-reaksi, maka jika pengawasan dilakukan dengan ketat, pihak yang diawasi merespon dengan patuh terhadap peraturan atau berpura-pura patuh pada saat diawasi. Sebaliknya, jika pengawasan lemah maka pihak yang diawasi merasa bebas untuk berbuat sembarangan dan melanggar peraturan. Maka dari itu dikembangkanlah PROPER dengan beberapa prinsip dasar, yaitu peserta PROPER bersifat selektif, yaitu untuk industri yang menimbulkan dampak penting terhadap lingkungan dan peduli dengan citra atau reputasi. PROPER memanfaatkan masyarakat dan pasar untuk memberikan tekanan kepada industri agar meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan. Pemberdayaan masyarakat dan pasar dilakukan dengan penyebaran informasi yang kredibel, sehingga dapat menciptakan pencitraan atau reputasi. Informasi mengenai kinerja perusahaan dikomunikasikan dengan menggunakan warna untuk memudahkan penyerapan informasi oleh masyarakat (<http://proper.menlh.go.id>).

PROPER merupakan salah satu bentuk kebijakan pemerintah, untuk meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan sesuai dengan yang telah ditetapkan dalam peraturan perundangan-undangan. Selanjutnya PROPER

juga merupakan perwujudan transparansi dan demokratisasi dalam pengelolaan lingkungan di Indonesia. Penerapan instrumen ini merupakan upaya Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk menerapkan sebagian dari prinsip-prinsip *good governance* (transparansi, berkeadilan, akuntabel, dan pelibatan masyarakat) dalam pengelolaan lingkungan (<http://proper.menlh.go.id>).

Secara umum peringkat kinerja PROPER dibedakan menjadi 5 warna dengan pengertian sebagai berikut: (<http://proper.menlh.go.id>)

- a. Emas, diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (*environmental excellency*) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat;
- b. Hijau, diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (*beyond compliance*) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumberdaya secara efisien melalui upaya *4R* (*Reduce, Reuse, Recycle dan Recovery*), dan melakukan upaya tanggung jawab sosial (*CSR/Comdev*) dengan baik;
- c. Biru, diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan dan/atau peraturan perundang-undangan;
- d. Merah, diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang upaya pengelolaan lingkungan hidup dilakukannya tidak sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan; dan

- e. Hitam, diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Kementerian Lingkungan Hidup melalui hasil publikasi hasil PROPER 2012 menuliskan kriteria penilaian PROPER menjadi dua bagian, yaitu:

1. Kriteria ketaatan yang digunakan untuk peringkat biru, merah, dan hitam. Kriteria ketaatan pada dasarnya adalah penilaian ketaatan perusahaan terhadap peraturan lingkungan hidup. Peraturan yang digunakan sebagai dasar penilaian adalah peraturan tentang:
 - a. Penerapan dokumen pengelolaan lingkungan
 - b. Pengendalian pencemaran air
 - c. Pengendalian pencemaran udara
 - d. Pengendalian limbah B3 (bahan beracun dan berbahaya)
 - e. Pengendalian pencemaran air laut
 - f. Kriteria kerusakan lingkungan
2. Kriteria penilaian aspek lebih dari yang dipersyaratkan (*beyond compliance*) untuk peringkat hijau dan emas. Aspek yang dinilai adalah:
 - a. Sistem Manajemen Lingkungan (SML)
 - b. Efisiensi energi
 - c. Penurunan emisi
 - d. Pemanfaatan dan pengurangan limbah B3
 - e. Penerapan 3R (*Reuse, Recycle, Recovery*) limbah padat non B3

- f. Konservasi air dan penurunan beban pencemaran air
- g. Perlindungan keanekaragaman hayati
- h. Pelaksanaan pemberdayaan masyarakat.

Peserta PROPER mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2002 peserta PROPER hanya 85 perusahaan sedangkan pada tahun 2013 Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) bersama institusi lingkungan hidup provinsi di seluruh Indonesia mengawasi kinerja pengelolaan lingkungan untuk 1.812 perusahaan. Angka ini naik 38% dari periode sebelumnya yang berjumlah 1.317 perusahaan. Untuk mengimbangi peningkatan jumlah perusahaan, kerjasama dekonsentrasi ditingkatkan menjadi 30 provinsi serta diperkenalkan Mekanisme Penilaian Mandiri (MPM/*self assessment*). Pada tahun 2012 terdapat 5 perusahaan yang tidak diumumkan peringkatnya dan pada tahun 2013 terdapat 20 perusahaan yang tidak diumumkan peringkatnya karena perusahaan sedang dalam proses penegakan hukum dan tidak beroperasi (<http://proper.menlh.go.id>). Hasil PROPER akan diumumkan secara rutin oleh Kementerian Lingkungan Hidup kepada masyarakat. Hasil tersebut bisa membantu masyarakat untuk menilai kontribusi suatu perusahaan terhadap lingkungan hidup.

Berikut ini hasil peringkat PROPER periode 2011-2013: (<http://proper.menlh.go.id>)

Tabel 2.1 Hasil Peringkat PROPER Periode 2011-2013

Peringkat	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Emas	5	12	12

Hijau	106	119	113
Biru	552	771	1039
Merah	283	331	611
Hitam	49	791	17
Jumlah Perusahaan	995	1.312	1792

2.5 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap ROA

Djuitaningsih (2011) menyatakan bahwa kegiatan lingkungan yang lebih baik akan mendapatkan respon yang baik dari *stakeholder* yang dapat berdampak pada peningkatan pendapatan dalam jangka panjang. Semakin baik perusahaan melakukan kinerja lingkungannya, akan berdampak baik pada perkembangan finansial perusahaan jangka panjang. Menurut Fitriani (2013), semakin baik kinerja lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan maka akan direspon positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan yang dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, Djuitaningsih dan Ristiawati (2011) juga menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan karena perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan mendapatkan respon yang baik pula dari *stakeholder* dan berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan jangka panjang.

Namun, bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Haryati,dkk. (2013) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja finansial perusahaan.

Hipotesis alternatif untuk pengaruh kinerja lingkungan terhadap *ROA* adalah:

Ha₁: Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan dengan *ROA*.

2.6 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.6.1 Pengertian CSR

Dalam konteks global, istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)* mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. Mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*, yang digagas the *World Commission on Environment and Development* (WCED) dalam *Brundtland Report* (1987), Elkington mengemas *CSR* ke dalam tiga fokus: *3P*, singkatan dari *profit*, *planet* dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*) melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). (Initiative, 2002 dalam Marnelly, 2012)

Darwin (2004) dalam Syahnaz (2013) mendefinisikan *CSR* sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Versi *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*

(<http://www.wbcsd.org>):

“Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the community and society at large”.

Penjelasan dari pengertian tersebut adalah CSR merupakan sebuah komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas.

Solihin (2009) dalam Haryati, dkk. (2013) mendefinisikan CSR sebagai kontribusi bisnis untuk pembangunan berkelanjutan dan bahwa perilaku perusahaan tidak hanya harus memastikan kembali ke pemegang saham, upah kepada karyawan dan produk dan layanan kepada konsumen, tetapi mereka harus menanggapi masalah sosial, lingkungan dan nilai yang ada di masyarakat. CSR merupakan suatu konsep bahwa organisasi, dalam hal ini lebih dispesifikan kepada perusahaan, memiliki sebuah tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Dwi dan Maksum (2008) dalam Wijayanti, dkk. (2011) mengungkapkan bahwa CSR menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi, yang menciptakan profit demi kelangsungan usaha, tapi juga tanggung jawab sosial dan lingkungan. Muliati (2010) juga turut memberikan suara mengenai definisi CSR, yakni CSR sebagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memberikan tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar atas dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan.

Sedangkan menurut Freedman (1996) dalam Asmaranti (2011) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan yang mempengaruhi lingkungan tempatnya berada, karena perusahaan tidak akan pernah bias mandiri (*self sufficient*).

Sule dan Saefullah (2008:81) dalam Mutia, dkk. (2011) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial sebagai konsekuensi yang logis keberadaan perusahaan di sebuah lingkungan masyarakat mendorong perusahaan untuk lebih proaktif dalam mengambil inisiatif dalam hal tanggung jawab sosial. Pandangan ini tentunya bukan tanpa alasan, karena pada dasarnya tanggung jawab sosial akan memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi perusahaan

Manfaat yang jelas bagi perusahaan jika perusahaan memberikan tanggung jawab sosial adalah munculnya citra positif dari masyarakat atas kehadiran perusahaan di lingkungan. Kegiatan perusahaan dalam jangka panjang akan dianggap sebagai kontribusi yang positif bagi masyarakat. Selain membantu perekonomian masyarakat, perusahaan juga akan dianggap bersama masyarakat membantu mewujudkan keadaan yang lebih baik dimasa akan datang. Akibatnya perusahaan justru akan memperoleh tanggapan yang positif setiap kali akan menawarkan sesuatu kepada masyarakat. Perusahaan tidak saja dianggap sekedar menawarkan produk untuk dibeli masyarakat, tetapi juga dianggap menawarkan sesuatu yang akan membawa perbaikan bagi masyarakat.

2. Bagi Masyarakat

Selain bahwa kepentingan masyarakat diperhatikan oleh perusahaan, masyarakat juga akan mendapatkan pandangan baru mengenai hubungan perusahaan dan masyarakat yang selama ini dipahami hanya sebatas hubungan antara produsen dan konsumen atau antara penjual dan pembeli. Akan tetapi masyarakat mengetahui bahwa hubungannya akan diarahkan untuk kerja sama yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Akan terjalinnya hubungan kemitraan dalam membangun masyarakat lingkungan yang baik. Tidak hanya di sektor perekonomian tetapi juga dalam sektor sosial, pembangunan dan lainnya.

3. Bagi pemerintah

Pemerintah pada akhirnya tidak hanya berfungsi sebagai orang yang menetapkan aturan main dalam hubungan masyarakat dengan dunia bisnis dan memberikan sanksi bagi pihak yang melanggarnya. Pemerintah sebagai pihak yang mendapat legitimasi untuk mengubah tatanan masyarakat ke arah yang lebih baik akan mendapatkan partner dalam mewujudkan tatanan masyarakat tertentu. Sebagian tugas pemerintah dapat dijalankan oleh perusahaan.

Daniri (2008) dalam Purwanto (2011) mengatakan terdapat dua hal yang dapat mendorong perusahaan melaksanakan CSR yaitu bersifat dari luar perusahaan (*external drivers*) dan dalam perusahaan (*internal drivers*). Termasuk kategori pendorong dari luar, misalnya adanya regulasi, hukum, dan diwajibkannya analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL) (Daniri, 2008 dalam Purwanto, 2011). Pendorong dari dalam perusahaan terutama bersumber

dari perilaku manajemen dan pemilik perusahaan (*stakeholder*), termasuk tingkat kepedulian atau tanggung jawab perusahaan untuk membangun masyarakat sekitar (*community development responsibility*) (Daniri, 2008 dalam Purwanto, 2011).

Wibisono (2007) dalam Rahman (2009) menyatakan tiga cara pandang perusahaan terhadap pelaksanaan *CSR* yaitu:

1. Perusahaan melaksanakan *CSR* sekedar basa-basi dan adanya unsur keterpaksaan untuk melaksanakan *CSR* (*external drivers*). Aktivitas *CSR* yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk membangun image positif dan meningkatkan simpati masyarakat terhadap perusahaan sehingga *CSR* yang dilakukan hanya bersifat jangka pendek dan tidak mendorong pada peningkatan kehidupan masyarakat dalam jangka panjang.
2. Perusahaan melaksanakan *CSR* dalam rangka memenuhi kewajiban yaitu tanggung jawab sosial yang dilaksanakan perusahaan lebih didasarkan kepada adanya anjuran regulasi yang harus dipatuhi (*external drivers*), seperti UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan lain-lain. Hal ini dilakukan perusahaan agar dapat diterima oleh lingkungan dan/atau komunitas sekitar perusahaan.
3. Perusahaan melaksanakan *CSR* sebagai bagian dari aktivitas perusahaan yang berarti bahwa *CSR* tumbuh secara internal (*internal drivers*). Sehingga aktivitas *CSR* yang dilakukan perusahaan merupakan suatu kebutuhan untuk mendukung keberlanjutan perusahaan dan sebagai investasi dalam jangka panjang yang dapat mendukung keunggulan perusahaan.

Elkington's (1998) dalam Asmaranti (2011) menyatakan bahwa pada prinsipnya tanggung jawab sosial perusahaan merujuk pada tiga aspek yang dikenal dengan istilah "*Triple Bottom Line*" yang harus dijadikan sebagai acuan dalam aktivitas suatu perusahaan. Kemudian Wahyudi (2008) dalam Asmaranti (2011) menjelaskan hal-hal yang termasuk dalam *Triple bottom line* antara lain kesejahteraan atau kemakmuran ekonomi (*economic prosperity*), peningkatan kualitas lingkungan (*environmental quality*), dan keadilan sosial (*social justice*). Perusahaan yang ingin menerapkan konsep-konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) harus memperhatikan "*triple P*" yaitu *profit, planet, and people*. Bila dikaitkan antara "*triple bottom line*" dengan "*triple P*" dapat disimpulkan bahwa *profit* sebagai wujud aspek ekonomi, *planet* sebagai wujud aspek lingkungan, dan *people* sebagai wujud aspek sosial. *Global Compact Initiative* menyatakan bahwa untuk mencari laba (*profit*) harus mensejahterakan orang (*people*) dan menjamin keberlanjutan kehidupan (*planet*) ini.

CSR haruslah benar-benar menjadi cara berbisnis yang menyeimbangkan tujuan ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*). Hanya dengan demikian CSR benar-benar menjadi kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan (Azis, dkk., 2010). Lebih lanjut dijelaskan 3 (tiga) dimensi yang harus diperhatikan dalam pembangunan, yaitu:

1. Dimensi Ekonomi

Menurut Steurer (2005) dalam Asmaranti (2011) kunci isu-isu ekonomi dalam tanggung jawab sosial dan dalam bisnis secara keseluruhan adalah:

- a. Kinerja keuangan perusahaan

- b. Pesaingan perusahaan jangka panjang dan
- c. Kinerja ekonomi (keuangan) perusahaan yang berdampak pada kelompok stakeholders.

Tanggung jawab ekonomi mengacu pada *traditional bottom line*, untuk mencapai kesuksesan perusahaan harus aman secara finansial dan menguntungkan. Perusahaan harus memenuhi harapan dari pemilik dan harus berpartisipasi untuk kesejahteraan ekonomi masyarakat sebagai penyedia layanan, atasan, pembayar pajak dan penyedia jaminan sosial (Niskala & Tarna, 2003; dalam Asmaranti, 2011). Motivasi utama dari setiap kegiatan usaha adalah mencari keuntungan ekonomi (*profit*). Oleh karena itu berbagai upaya akan dilakukan oleh setiap pengelola perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan/atau menaikkan nilai dari harga saham perusahaan. Semua itu tidak terlepas dari tesis yang dipegang oleh *Friedmanparadigm* yang menegaskan bahwa satu-satunya tanggung jawab sosial perusahaan adalah bagaimana mendatangkan keuntungan yang sebesar-besarnya untuk *shareholders*. Hal ini sekaligus bentuk tanggung jawab ekonomi yang paling esensial terhadap *shareholders* (Asmaranti, 2011).

2. Dimensi Lingkungan

Tanggung jawab lingkungan merujuk pada tanggung jawab terhadap ekologi lingkungan sekitar. Dari perspektif perusahaan dimensi lingkungan termasuk pengaruh yang kuat dari lingkungan dan efek negatif yang terjadi disekitar lingkungan yang alami. Steurer (2005) dalam Asmaranti (2011) menggambarkan aspek-aspek dari dimensi lingkungan meliputi :

- a. Sumber daya
- b. Pencemaran
- c. Kerusakan lingkungan

Tujuannya adalah untuk mempertahankan sumber daya alam di tingkat tertentu dengan menggunakan sumber daya yang dapat diperbarui dan tidak dapat diperbarui secara bertanggung jawab. Penggunaan yang bertanggung jawab harus dilakukan di seluruh siklus produksi, yaitu dalam pengadaan, desain produk, produksi, distribusi/logistik dan konsumsi. Masalah dengan pencemaran adalah untuk menghindari semua jenis pencemaran air, udara dan tanah sepanjang siklus produk. Perusahaan harus menghindari kerusakan lingkungan dan kehancuran, seperti hilangnya keanekaragaman hayati dan perubahan iklim (Steurer, 2005; 270 dalam Asmaranti, 2011).

3. Dimensi Sosial

Tanggung jawab sosial berarti bertanggung jawab atas dampak sosial perusahaan terhadap orang lain. Hal ini dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Tanggung jawab sosial berarti tidak hanya memenuhi harapan hukum, tetapi juga akan melampaui kepatuhan dan hubungan dengan *stakeholders*, baik internal maupun eksternal, termasuk orang-orang dalam perusahaan, rantai *supply* perusahaan, masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan konsumen. Dengan demikian tanggung jawab sosial mengacu pada kewajiban manajemen untuk membuat pilihan dan mengambil tindakan yang akan memberikan kontribusi pada kesejahteraan dan kepentingan masyarakat serta organisasi mereka. (*European Commission*, 2001; Niskala &

Tarna, 2003 dalam Asmaranti, 2011). Tanggung jawab sosial perusahaan dalam dimensi sosial mencakup:

- a. Tanggung jawab produk
- b. Hak-hak konsumen
- c. Praktik terbaik dalam jaringan perusahaan dan
- d. Hubungan dengan lingkungan operasional.

Tanggung jawab atas produk dan jasa sebagian besar diundang undangkan, dari perspektif sukarela meliputi, misalnya: mengetahui dan memberikan informasi kesehatan dan keselamatan implikasi produk, menghindari zat-zat berbahaya, produk yang sesuai pelabelan dan informasi produk lain, pemasaran dan periklanan yang jujur, dan mengurus hak-hak konsumen dalam *e-commerce*. Tanggung jawab sosial yang berkaitan dengan hak-hak konsumen meliputi harapan konsumen untuk produk perusahaan. Konsumen mengharapkan perusahaan menghasilkan produk dan jasa yang mereka inginkan dan butuhkan dengan efisien. Perusahaan harus bertujuan membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan dengan berfokus pada pemahaman apa yang pelanggan butuhkan dan inginkan dan menyediakan produk dengan kualitas unggul, aman dan andal (Asmaranti, 2011).

Salah satu perusahaan yang melakukan *CSR* adalah PT Holcim Indonesia Tbk. Dalam menjalankan kegiatan *CSR*, PT Holcim memiliki 6 (enam) pilar dalam rangka pembangunan berkelanjutan yakni:

- a. Perilaku usaha

- b. Pelaksanaan ketenagakerjaan
- c. Kesehatan dan keselamatan kerja
- d. Keterlibatan masyarakat
- e. Hubungan pelanggan dan penyalur
- f. Pemantauan dan pelaporan

Bentuk *CSR* yang dilakukan oleh PT Holcim antara lain di Pabrik Narogong Bogor, Jawa Barat, telah terbentuk 4 Koperasi yang bergerak dalam bidang simpan pinjam, pengelolaan air bersih, pengelolaan sampah berbasis masyarakat dan 25 kelompok usaha bersama dengan total penerima manfaat mencapai tidak kurang dari 3496 warga. Selama enam tahun terakhir aset Koperasi telah mencapai 5.2 Milyar dimana tahun sebelumnya baru mencapai 3,8 Milyar. Kemudian di Pabrik Cilacap-Jawa Tengah, telah terbentuk 5 koperasi serba usaha dan 77 kelompok usaha bersama dengan pemetik manfaat mencapai 584 warga. Adapun bidang usaha lain yang dikelola masyarakat meliputi usaha bidang makanan, minuman, kerajinan tangan, menjahit, pengelolaan sampah dan berbagai macam usaha lainnya (<http://www.holcim.co.id>).

2.6.2 Pengungkapan CSR

Pengungkapan pertanggungjawaban sosial disebut juga dengan *social disclosure*, *corporate social reporting*, dan *social reporting* (Mathews, 1995 dalam Purwanto, 2011) yaitu merupakan proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap kelompok kepentingan terhadap perusahaan secara keseluruhan. Guthrie dan Mathews (1985) dalam Iqbal (2012)

menyatakan pengungkapan sosial perusahaan sebagai ketentuan dari informasi keuangan dan non keuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan sosial dan fisiknya sebagaimana yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial yang terpisah.

Annual report digunakan sebagai salah satu media untuk mengungkapkan penerapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Annual report* merupakan sarana komunikasi perusahaan dengan pihak eksternal (Syahnaz, 2013). Sebagaimana tertulis dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No 1 (revisi per 1 Juli 2009) paragraf kesembilan:

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*) khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”. (dikutip dari Mutia, 2011)

Laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*) juga kian menjadi *trend* dan kebutuhan bagi perusahaan progresif untuk menginformasikan perihal kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungannya sekaligus kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan (Chariri, 2009 dalam Adhima, 2013). Terdapat 3 dimensi dalam *sustainability report* yaitu viabilitas ekonomi, tanggung jawab sosial, dan tanggung jawab lingkungan (Aktas, dkk, 2013). Bagi perusahaan laporan berkelanjutan dapat berfungsi sebagai alat ukur pencapaian target kerja dalam isu *Triple Bottom Line (TBL)*. Bagi investor, laporan berkelanjutan berfungsi sebagai alat kontrol atas pencapaian kinerja perusahaan sekaligus sebagai media pertimbangan investor dalam mengalokasikan sumber

daya finansialnya terutama dalam lingkup *sustainable and responsible investment (SRI)*. Sementara bagi pemangku kepentingan lainnya (media, ornop, pemerintah, konsumen, akademis, dan lain-lain) laporan berkelanjutan menjadi tolak ukur untuk menilai kesungguhan komitmen perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan (Adhima, 2013).

Dalam Mutia, dkk. (2011) mengatakan Pemerintah juga telah mengeluarkan aturan bahwa setiap perusahaan (penanam modal) berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Pasal 74 UU Perseroan Terbatas No.40/2007). Akan tetapi tidak semua perusahaan mengungkapkan tentang aktivitas sosialnya di dalam laporan tahunan. Hal ini dikarenakan jenis pengungkapannya masih bersifat sukarela (*voluntary disclosure*) (Mutia, dkk., 2011).

Pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilaporkan oleh perusahaan seharusnya merupakan informasi yang relevan atau sesuai dengan aktivitas tanggung jawab sosial yang sebenarnya dilakukan oleh perusahaan, baik aktivitas yang berdampak positif maupun negatif (Asmaranti, 2011).

Deegan (2002) dalam Purwanto (2011) menyatakan beberapa alasan perusahaan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan, diantaranya adalah:

1. Keinginan untuk memenuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi (*economic rationality*). Atas dasar alasan ini, praktik pengungkapan pertanggungjawaban sosial memberikan keuntungan bisnis karena perusahaan melakukan “hal yang benar” dan alasan ini mungkin dipandang sebagai motivasi utama.

3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas atau pertanggungjawaban untuk melaporkan. Artinya, manajer berkeyakinan bahwa orang memiliki hak yang tidak dapat dihindari untuk memperoleh informasi yang memuaskan dan manajer tidak peduli dengan cost yang diperlukan untuk menyajikan informasi tersebut.
4. Keinginan untuk mematuhi persyaratan pinjaman. Lembaga pemberi pinjaman, sebagai bagian dari kebijakan manajemen risiko mereka, cenderung menghendaki peminjam untuk secara periodik memberikan berbagai item informasi tentang kinerja dan kebijakan sosial dan lingkungannya.
5. Untuk memenuhi atau menyesuaikan dengan ekspektasi masyarakat.
6. Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
7. Untuk me-manage kelompok *stakeholder* tertentu yang powerful.
8. Untuk menarik dana investasi.
9. Untuk mematuhi persyaratan industri (*code of conduct*) tertentu. Sehingga terdapat tekanan tertentu untuk mematuhi aturan tersebut yang selanjutnya dapat mempengaruhi persyaratan pelaporan.
10. Untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu. Hal ini memiliki implikasi positif terhadap reputasi perusahaan pada *stakeholder*.

Sedangkan menurut Anwar, dkk. (2010) alasan perusahaan mengungkapkan kinerja Sosial secara sukarela antara lain:

1. *Internal Decision Making*: Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan.

2. *Product Differentiation*: Manajer perusahaan memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat.
3. *Enlightened Self Interest*: perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para stakeholder karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Global Reporting Initiative (GRI) merupakan organisasi yang memimpin dalam bidang *sustainability*. *GRI* mempromosikan kegunaan dari *sustainability report* sebagai jalan untuk organisasi agar dapat tumbuh secara berkelanjutan dan berkontribusi terhadap perkembangan lingkungan hidup. *GRI* dikembangkan di Boston pada 1997. Pada tahun 1998 *multi-stakeholder Steering Committee* dibentuk untuk mengembangkan *GRI's guidance* atau pedoman *GRI*. Perkembangan pedoman *GRI* ini kemudian berujung pada berkembangnya cakupan kerangka *GRI* menjadi sosial, ekonomi, dan pemerintahan. Kemudian *GRI's guidance* menjadi kerangka *sustainability report* dengan *reporting guidelines* sebagai intinya. Versi pertama dari pedoman ini terbit pada tahun 2000. Pada tahun berikutnya atas saran dari *Steering Committee*, *Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES)* memisahkan *GRI* sebagai suatu institusi terpisah (www.globalreporting.org).

Berdasarkan pedoman dari *GRI*, terdapat 84 *item* (9 *item* indikator ekonomi (*economic*), 30 *item* indikator lingkungan (*environment*), 15 *item* indikator tenaga kerja (*labor practices and decent work*), 11 *item* indikator hak asasi manusia (*human rights*), 10 *item* indikator sosial (*society*), dan 9 *item*

indikator produk (*product responsibility*) yang tersebar dalam 6 kategori. Berikut indikator pengungkapan *CSR* dari pedoman *GRI* yang dikutip dalam Asmaranti (2011):

Tabel 2.2
Indikator pengungkapan *CSR* dari pedoman *GRI*

Dimensi	Indikator
Ekonomi	Kinerja Ekonomi
	<i>Market Presences</i>
	Dampak Ekonomi Tidak Langsung
Lingkungan	Material
	Energi
	Air
	Keanekaragaman
	Emisi dan Limbah
	Produk dan Jasa
	<i>Compliance</i>
	Transportasi
	<i>Overall</i>
Tenaga Kerja	Pekerjaan
	Tenaga Kerja/ Relasi Manajemen
	Kesehatan dan Keselamatan Kerja
	Pelatihan dan Pendidikan

	Keanekaragaman dan Kesetaraan yang Sama
Hak Asasi Manusia	Investasi dan Pengadaan Pelatihan
	<i>Non discrimination</i>
	Kebebasan Berserikat dan Perundingan Bersama
	Pekerja Anak
	<i>Force and Compulsory Labor</i>
	Praktek Keamanan
	Hak adat
Sosial	Komunitas
	Corruption
	Kebijakan Publik
	Perilaku anti persaingan
	Compliance
Produk	Kesehatan dan Keselamatan Konsumen
	Pelabelan Produk dan Jasa
	Komunikasi Pemasaran
	Privasi Konsumen

Dimensi ekonomi perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, implikasi finansial dan resiko lainnya, jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti, bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah, standar upah karyawan, prosedur penerimaan karyawan lokal, dan pemahaman mengenai

dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan. Dimensi lingkungan meliputi penggunaan bahan daur ulang, penggunaan energi langsung dan tidak langsung serta penghematan energi, penggunaan air dan daur ulangnya, uraian mengenai dampak operasional perusahaan terhadap keanekaragaman hayati di sekitarnya, jumlah emisi, inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.

Dimensi tenaga kerja meliputi jumlah angkatan kerja dan tingkat perputaran karyawan, tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, serta jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah, program pendidikan, pelatihan, penyuluhan, dan perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan. Dimensi hak asasi manusia (HAM) meliputi persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia, jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan, segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang teridentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut, kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.

Dimensi masyarakat meliputi praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri, jumlah unit usaha yang memiliki risiko

terhadap korupsi, tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi, jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan anti persaingan, *anti-trust*, dan praktek monopoli serta sanksinya. Dimensi produk meliputi jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk, praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan. Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (*privacy*) pelanggan dan hilangnya data pelanggan, dan nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa (www.globalreporting.org). Item pengungkapan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 1.

2.7.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap ROA

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh suatu perusahaan terhadap lingkungannya, maka semakin baik pula citra perusahaan menurut pandangan masyarakat. Investor lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka semakin tinggi juga

loyalitas konsumen. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan juga meningkat (Syahnaz, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Syahnaz (2013) menemukan adanya hubungan positif signifikan antara *CSR* dan *ROA*. Sama halnya dengan pernyataan Anwar, dkk. (2010) yang menemukan adanya hubungan positif antara pengungkapan *CSR* dan kinerja keuangan. Anwar (2010) menyatakan bahwa semakin tinggi pengungkapan *CSR* maka semakin tinggi pula kinerja keuangan perusahaan (*ROA*). Almar, dkk (2012) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara pengungkapan *CSR* terhadap *ROA*. Menurut Almar, dkk (2012) perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tentu akan mendapatkan *respect* yang lebih, daripada perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dari uraian di atas, dapat diketahui bahwa dengan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di sebuah perusahaan akan memberikan pengaruh pada laba perusahaan tersebut (Almar, dkk, 2012). Penelitian yang telah dilakukan oleh Saleh (2006) dan Nelling (2006) dalam Wijayanti, dkk. (2011) juga menemukan adanya pengaruh pengungkapan *CSR* terhadap *ROA*.

Sedangkan dalam penelitian Wijayanti, dkk (2011), hasil pengujian yang dilakukan dengan regresi per kategori *CSR* menunjukkan tidak semua kategori pengungkapan berpengaruh terhadap *ROA*, begitu pula untuk semua kategori, secara bersama-sama tidak semua berpengaruh.

Hipotesis alternatif untuk pengaruh pengungkapan *CSR* terhadap *ROA* adalah:

Ha₂: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan dengan *ROA*.

2.8 Pengaruh kinerja lingkungan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara simultan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan dengan *ROA*

Banyak penelitian yang telah membuktikan bahwa baik kinerja lingkungan maupun *CSR* masing-masing berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Beberapa penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh simultan antara kinerja lingkungan dan *CSR* terhadap kinerja keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh Fitriani (2013) menyatakan bahwa kinerja lingkungan dan biaya lingkungan secara simultan memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan.

Berdasarkan paparan tersebut maka hipotesis alternatif untuk pengaruh kinerja lingkungan dan pengungkapan *CSR* secara simultan terhadap kinerja keuangan adalah:

Ha₃: Kinerja lingkungan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara simultan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan dengan *ROA*.

2.9 Return on Equity (ROE)

Kieso (2011) menyatakan bahwa *ROE* mengukur profitabilitas perusahaan dari sudut pandang pemegang saham biasa. *ROE* merupakan salah satu indikator yang digunakan *shareholders* untuk mengukur keberhasilan bisnis yang dijalani. *ROE*

adalah rasio antara laba bersih setelah pajak terhadap penyertaan modal saham sendiri yang berarti juga merupakan untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian (persentase) dari saham sendiri yang ditanamkan dalam bisnis (Laurentnovelia, 2012). Pengertian *ROE* juga dikemukakan oleh Nurmalasari (2002) dalam Hutami (2012) yang menyatakan bahwa *ROE* merupakan salah satu alat utama investor yang paling sering digunakan dalam menilai suatu saham.

Subramanyam, dkk. (2009) merumuskan *ROE* sebagai hasil dari laba bersih perusahaan dibagi dengan rata-rata total ekuitas perusahaan. Rumus *ROE* menurut Subramanyam, dkk (2009) yaitu:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Average Shareholders' Equity}}$$

Keterangan:

Net Income : Laba bersih tahunan perusahaan

Average Shareholders' Equity : Rata-rata nilai ekuitas pemegang saham

Rasio ini menunjukkan seberapa banyak dollar dari laba bersih yang diperoleh dari setiap dollar yang diinvestasikan oleh *shareholders*. *ROE* dihitung dengan membagi laba bersih yang tersedia untuk pemegang saham biasa (dimana laba bersih dikurangkan terlebih dahulu dengan *preference share dividends*) dengan rata-rata *ordinary shareholders' equity* (Weygandt, 2013). Dari pernyataan tersebut maka laba bersih yang digunakan dalam perhitungan *ROE* adalah laba bersih yang diatribusikan kepada pemegang saham biasa.

IAI (2012) menyatakan bahwa ekuitas adalah hak residual atas aset perusahaan setelah dikurangi semua liabilitas. Ekuitas, dalam neraca, dapat disubklasifikasikan sebagai berikut (IAI, 2012):

1. Setoran modal oleh pemegang saham
2. Saldo laba awal periode (*retained earnings*)
3. Penyisihan saldo laba
4. Penyisihan penyesuaian pemeliharaan modal

Kieso, dkk. (2011) menyatakan bahwa ekuitas perusahaan umumnya dibagi ke dalam 6 bagian:

1. *Share Capital*: par atau *stated value* dari saham yang diterbitkan. Termasuk didalamnya saham biasa dan saham preferen.
2. *Share Premium*: Kelebihan dari jumlah yang dibayarkan atas par atau *stated value*.
3. *Retained Earnings*: Penghasilan perusahaan yang tidak didistribusikan.

Weygandt (2013) menyatakan bahwa *retained earnings* merupakan laba bersih yang ditahan perusahaan untuk kepentingan bisnis, sebagai contoh untuk kepentingan ekspansi bisnis di masa depan maupun untuk kebutuhan pembayaran hutang jangka panjang.

4. *Accumulated Other Comprehensive Income*: Jumlah agregat dari item pendapatan komprehensif lainnya.
5. *Treasury Shares*: Jumlah saham biasa yang dibeli kembali.
6. *Non-Controlling Interest (Minority Interest)*: Bagian ekuitas perusahaan anak yang tidak dimiliki oleh perusahaan pelapor.

Semakin tinggi *ROE* berarti semakin baik kinerja perusahaan dalam mengelola modalnya untuk menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham. Dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut dapat menggunakan modal dari pemegang saham secara efektif dan efisien untuk memperoleh laba (Hutami, 2012). Angka *ROE* yang semakin tinggi memberikan indikasi bagi para pemegang saham bahwa tingkat pengembalian investasi makin tinggi (Rinati, 2009). Menurut Lestari dan Sugiharto (2007:196) dalam Rinati (2009), angka *ROE* dapat dikatakan baik apabila $> 12\%$.

2.10 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap *ROE*

Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang tinggi akan memiliki nilai perusahaan yang tinggi pula. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan kinerja lingkungan yang tinggi akan memiliki biaya lingkungan yang rendah. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan akan melakukan program-program yang dianggap baik oleh masyarakat untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Informasi atas program pengungkapan lingkungan akan mempunyai efek yang positif bagi investor. Hal ini dikarenakan informasi mengenai aktivitas atau kinerja perusahaan adalah hal yang sangat penting bagi *stakeholder* khususnya investor sebab pengungkapan informasi mengenai hal tersebut merupakan kebutuhan bagi *stakeholder* (Suratno, 2006 dalam Haryati, 2013). Menurut Fitriani (2013), semakin baik kinerja lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan maka akan direspon positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan yang

dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, Djuitaningsih dan Ristiawati (2011) juga menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan karena perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan mendapatkan respon yang baik pula dari stakeholder dan berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan jangka panjang.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Iwata dan Okada (2010), kinerja lingkungan berupa pengurangan gas rumah kaca dapat meningkatkan ROE dalam jangka panjang. Sehingga Iwata dan Okada (2010) menyatakan adanya hubungan positif antara kinerja lingkungan dan kinerja keuangan perusahaan. Namun, bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Haryati,dkk. (2013) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja finansial perusahaan.

Hipotesis alternatif untuk pengaruh kinerja lingkungan terhadap *ROE* adalah:

Ha₄: Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan dengan *ROE*.

2.11 Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap ROE

Perusahaan akan mengungkapkan informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006 dalam Haryati 2013). Masyarakat akan menilai perusahaan sebagai suatu entitas yang baik karena tidak hanya

berorientasi pada peningkatan laba saja tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan sekitar perusahaan. Sehingga, pengungkapan *CSR* yang dilakukan perusahaan akan memberikan respon positif terhadap perusahaan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja perusahaan (Haryati, 2013).

Gray (1995) dalam Anwar (2010) mengungkapkan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Bird (2006) dan Georgen (2002) dalam Wijayanti, dkk. (2011) menyatakan bahwa pengungkapan *CSR* berpengaruh terhadap *ROE*. Anwar (2010) dan Wijayanti, dkk. (2011) dalam penelitiannya juga menemukan adanya pengaruh dari dilakukannya pengungkapan *CSR* terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan menggunakan *ROE*. Anwar (2010) menyatakan bahwa semakin tinggi pengungkapan *CSR* maka semakin tinggi pula kinerja keuangan perusahaan (*ROE*). Chung, dkk. (2008) dalam Wijayanti, dkk. (2012) menyatakan bahwa perusahaan yang mengungkapkan *CSR* lebih banyak, maka kinerja keuangan perusahaan (*ROE*) cenderung lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan *CSR*. Penelitian yang dilakukan oleh Syahnaz (2013) juga membuktikan adanya hubungan positif antara *CSR* dan *ROE*.

Penelitian yang dilakukan oleh Novrianti (2012) mengungkapkan bahwa pengungkapan *CSR* tidak berpengaruh terhadap *ROE* dikarenakan masih minimnya pengungkapan *CSR* yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur yang menjadi sampel dalam penelitiannya sehingga tidak mempunyai pengaruh

terhadap *ROE* sebagai proksi kinerja perusahaan dan belum adanya suatu standarisasi untuk penerapan *CSR* tersebut oleh pemerintah Indonesia.

Hipotesis alternatif untuk pengaruh pengungkapan *CSR* terhadap *ROE* adalah:

Ha₅: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan dengan *ROE*.

2.12 Pengaruh Kinerja Lingkungan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Secara Simultan Terhadap Kinerja Keuangan yang Diproksikan dengan *ROE*

Penelitian yang dilakukan oleh Fitriani (2013) menyebutkan bahwa kinerja lingkungan dan biaya lingkungan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Haryati (2013) menyatakan bahwa *corporate social responsibility*, kinerja lingkungan, dan struktur *corporate governance* secara simultan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,009.

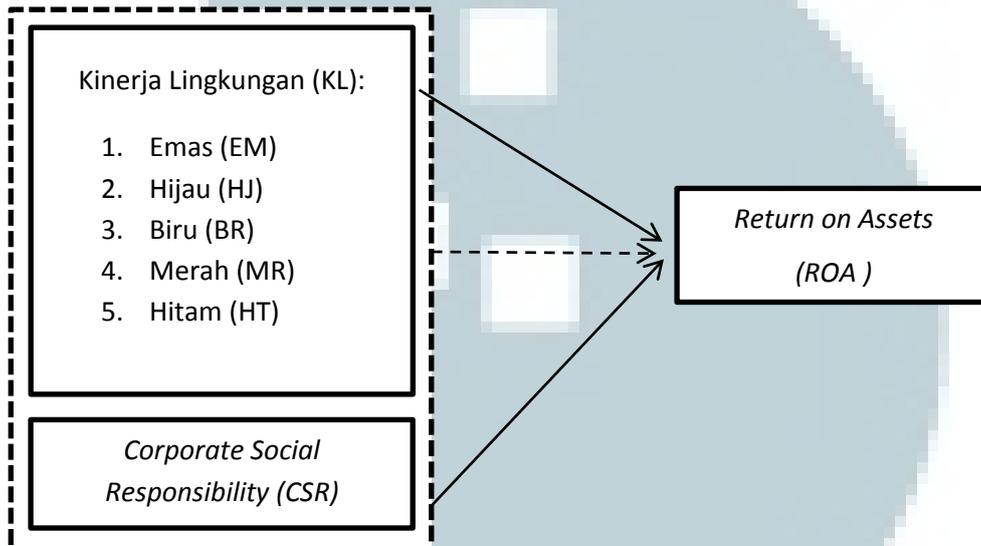
Berdasarkan paparan tersebut maka hipotesis alternatif untuk pengaruh kinerja lingkungan dan pengungkapan *CSR* secara simultan terhadap kinerja keuangan adalah:

Ha₆: Kinerja lingkungan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara simultan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan dengan *ROE*.

2.13 Model Penelitian

Gambar 2.1

Model Penelitian Pertama



Gambar 2.2

Model Penelitian Kedua

