

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Kinerja Lingkungan

2.1.1.1 Pengertian Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan keseluruhan pencapaian perusahaan dalam mengelola masalah-masalah lingkungan sebagai akibat dari pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan

Menurut Ikhsan (2009:308) bahwa :

“*Environmental Performance* atau biasa disebut dengan Kinerja lingkungan adalah hasil yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya. Pengkajian kinerja lingkungan didasarkan pada kebijakan lingkungan, sasaran lingkungan dan target lingkungan”

Menurut Suratno (2006) pengertian kinerja lingkungan sebagai berikut:

“*Environmental performance* adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). *Environmental performance* perusahaan diukur dari prestasi perusahaan mengikuti program PROPER yang merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi”.

Menurut Tia Rahma. P (2013) bahwa :

“Kinerja lingkungan adalah usaha perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang baik dengan melaksanakan aktifitas dan menggunakan bahan-bahan yang tidak merusak lingkungan”.

Menurut UU RI No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup pasal 1 poin 2:

“Perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup adalah upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup dan mencegah terjadinya pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup yang meliputi pencemaran, pemanfaatan, pengendalian, pemeliharaan, pengawasan, dan penegakan hukum”.

2.1.1.2 Manfaat Kinerja Lingkungan

Menurut Mardikanto (2014:150) gagasan untuk memiliki sistem manajemen kinerja lingkungan membantu menjamin komitmen perusahaan untuk berikut :

1. Komitmen manajemen untuk memenuhi ketentuan kebijakan, tujuan dan aspirasi
2. Fokus pada penyebaran budaya pelestarian bukan mengatur pengobatan atau tindakan korektif di kemudian hari
3. Proses perbaikan terus menerus. Sebagai imbalan untuk menerapkan sistem manajemen lingkungan, keuntungan ekonomi dapat direalisasikan. Keuntungan tersebut harus ditentukan untuk memiliki mereka dan nilai-nilai mereka ditunjukkan sebelumnya pihak, terutama pemangku kepentingan (pemegang saham). Hal ini akan memberikan perusahaan untuk kesempatan menghubungkan tujuan lingkungan dengan hasil keuangan tertentu, dan sebagainya menjamin ketersediaan sumber daya.

Menurut Mardikanto (2014:150) unsur – unsur utama dari tanggung jawab lingkungan meliputi :

1. Mengadopsi kinerja lingkungan yang spesifik, aturan dan standar pengukuran.
2. Memfasilitasi lingkungan teknologi pengembangan, konversi dan alat angkut.
3. Mempromosikan kesadaran lingkungan.
4. Membuka saluran negosiasi dengan pihak terkait, dan berkomunikasi dengan pihak – pihak tersebut tentang masalah lingkungan.

2.1.1.3 Tujuan Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan menjadi hal utama dan mulai dianggap sebagai bagian tak terpisahkan dari perusahaan. Seluruh aktivitas operasi perusahaan berkaitan dengan lingkungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dinilai dapat memberikan dampak terhadap lingkungan seperti yang dikemukakan oleh Bansal dan Roth (2000) serta Coglianse dan Nash (2001)

“National and international regulatory agencies have enforced more stringent legislation, while environmental organization and consumers have intensified the public scrutiny on the environmental conduct of the business.”

Seluruh sendi perusahaan harus memiliki kesadaran akan lingkungan termasuk para eksekutif dan *shareholders* perusahaan, dengan melakukan tindakan untuk merealisasikan kesadaran mereka terhadap pentingnya lingkungan. Demikian halnya dengan akuntan, sebagai bagian dari perusahaan, mereka harus memiliki kesadaran atas isu lingkungan. Tindakan yang dapat dilakukan oleh para akuntan adalah dengan menerapkan perlakuan akuntansi terhadap lingkungan. Disamping itu, lingkungan merupakan peluang baru bagi para akuntan untuk menunjukkan dirinya, seperti yang diungkapkan oleh Medleu (1997), jika akuntan mampu menerapkan akuntansi terhadap lingkungan dan memberikan jalan keluar yang efektif dan efisien dari isu-isu tersebut, maka akuntan akan memiliki peran

yang besar. Dimasa yang akan datang, para akuntan dapat melihat ke belakang dan berkata bahwa mereka telah membuat atas dunia yang mereka tinggali.

Dalam rangka meningkatkan kinerja lingkungannya, perusahaan diharapkan bisa mengenali atau melakukan proses produksi berkualitas tinggi yang sesuai dengan tanggung jawab lingkungan. Perusahaan akan termotivasi untuk melakukan kegiatan-kegiatan proyek yang berhubungan dengan lingkungan dan menghasilkan produk-produk yang ramah lingkungan, jika proyek dan produk tersebut dapat memberikan manfaat bagi perusahaan.

Beberapa aktivitas seperti mengurangi pembuangan, meningkatkan kualitas, menghemat energi, daur ulang, dan mentaati hukum dan peraturan pengendalian polusi sangatlah diperlukan, sehingga kinerja perusahaan terhadap lingkungan diharapkan bisa meningkat dan memberikan manfaat tidak hanya untuk lingkungan tetapi juga untuk perusahaan itu sendiri dan masyarakat secara umum.

2.1.1.4 Kepentingan Kinerja Lingkungan

Dewasa ini banyak organisasi yang menghadapi tekanan untuk mengendalikan dampak dari proses operasi mereka terhadap lingkungan. Banyak negara dan lembaga internasional yang memperketat peraturan akan lingkungan seiring dengan meningkatnya pengetahuan beberapa masyarakat mengenai dampak lingkungan dari aktivitiitas bisnis.

Dalam situasi tersebut, menjadi penting untuk mengembangkan pengukuran yang menunjukkan hubungan antara *environmental performance* dan

economic performance perusahaan. Apa yang sedang berkembang sekarang adalah pola pikir baru yang melihat inovasi lingkungan sebagai cara tidak hanya mengurangi biaya, namun juga sebenarnya adalah peningkatan pemasukan (*revenue*) melalui penggunaan sumber daya yang lebih efisien. Pada saat yang sama, pertimbangan lingkungan diintegrasikan ke dalam aspek bisnis lain seperti kebijakan dan perencanaan, akuntansi, pengembangan produk, pembiayaan siklus hidup, dan perencanaan proses (GEMI, dalam Andi Tri P.,2006:13).

Sejauh ini diskusi masih berfokus pada mengukur dampak lingkungan atau kinerja operasi bisnis. Sebaliknya, metode pengukuran dapat juga dikembangkan untuk mengukur nilai bisnis/kinerja program lingkungan. Tipe-tipe metode pengukuran ini dapat menjadi tak ternilai dalam menunjukkan nilai dari program proaktif bagi manajemen perusahaan dan pemegang saham.

Cara lain melihat nilai bisnis dari kinerja lingkungan adalah dengan melihat limbah dan pencemaran sebagai hasil dari penggunaan sumber daya yang tidak efisien seperti kimia, energi, air, dan mineral pengemasan. Hal ini cocok dengan konsep berkelanjutan. Dalam kasus ini, limbah tidak hanya biaya, namun produk yang hilang atau peluang untuk memperbaiki hasil atau melihatnya sebagai suatu penggunaan sumber daya.

2.1.1.5 Metode Pengukuran Kinerja Lingkungan

Menurut Ikhsan (2009:306) pengukuran kinerja lingkungan didefinisikan sebagai:

“Hasil dari suatu penilaian yang sistematis dan didasarkan pada kelompok indikator kinerja kegiatan yang berupa indikator-indikator masukan,

keluaran, hasil, manfaat, dan dampak. Pengukuran kinerja dilakukan dengan menggunakan indikator kinerja kegiatan yang dilakukan dengan memanfaatkan data kinerja yang diperoleh melalui data internal yang ditetapkan oleh instansi maupun data eksternal yang berasal dari luar instansi”.

Pujiasih (2015) mengemukakan bahwa pengukuran kinerja lingkungan menggunakan:

“Kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Program ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan hidup. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan mendapat insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung pada tingkat ketaatannya”.

Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) telah menerapkan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Program ini bertujuan mendorong perusahaan taat terhadap peraturan lingkungan hidup dan mencapai keunggulan lingkungan (*environmental excellency*) melalui integrasi prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan dalam proses produksi dan jasa, dengan jalan penerapan sistem manajemen lingkungan, 3R (*reuse, reduce, recycle*), efisiensi energi, konservasi sumberdaya dan pelaksanaan bisnis yang beretika serta bertanggungjawab terhadap masyarakat melalui program pengembangan masyarakat.

PROPER merupakan kegiatan pengawasan dan program pemberian insentif dan/atau disinsentif kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan. Pemberian insentif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berupa penghargaan

PROPER. Pemberian penghargaan PROPER berdasarkan penilaian kinerja penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan dalam:

1. Pencegahan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup;
2. Penanggulangan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup;
3. Pemulihan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup.

Melalui PROPER, kinerja lingkungan perusahaan diukur dengan menggunakan warna, mulai dari yang terbaik emas, hijau, biru, merah, hingga yang terburuk hitam untuk kemudian diumumkan secara rutin kepada masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui tingkat pengelolaan lingkungan pada perusahaan dengan hanya melihat warna yang ada.

Kriteria Penilaian PROPER yang lebih lengkap dapat di lihat pada Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup No 5 tahun 2011 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup. Secara umum peringkat kinerja PROPER dibedakan menjadi 5 warna dengan pengertian sebagai berikut:

Tabel 2.1

Kriteria Penilaian PROPER

Peringkat	Skor	Kriteria	Keterangan
Emas	5	Sangat Baik	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (<i>environmental excellency</i>) dalam proses produksi atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggungjawab terhadap masyarakat.

Peringkat	Skor	Kriteria	Keterangan
Hijau	4	Sangat Baik	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisien melalui 4R (<i>Reduce, Reuse, Recycle, dan Recovery</i>) dan melakukan upaya tanggung jawab sosial (<i>Corporate Social Responsibility</i>) dengan baik.
Biru	3	Baik	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
Merah	2	Buruk	Upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan dan dalam tahapan melaksanakan sanksi administrasi.
Hitam	1	Sangat Buruk	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melalaikan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber : Laporan PROPER No. 5 Tahun 2011

2.1.2. Kinerja Keuangan

2.1.2.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja Keuangan adalah kinerja perusahaan-perusahaan secara relatif dalam suatu industri yang sama yang ditandai dengan return tahunan industri yang bersangkutan.

Menurut Fahmi (2011:84) pengertian kinerja keuangan adalah analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Ada dua variabel kunci yang digunakan sebagai ukuran yang menghubungkan antara reputasi tanggung jawab sosial perusahaan dengan kinerja ekonominya, yaitu tingkat kemampuan menciptakan pendapatan melalui penjualan dan tingkat kemampuan menciptakan laba (Belkaoui dan Karpik's dalam Januarti dan Apriyanti, 2005)

Menurut Suratno, dkk (2006) dalam penelitiannya mengatakan:

“economic performance adalah kinerja ekonomi secara makro dari sekumpulan perusahaan dalam suatu industri. Pengukuran kinerja ekonomi dapat dihitung menurut *accounting based measures* maupun *capital market based* dapat menggunakan analisis rasio keuangan sebagai pengukuran secara finansial.”

Pada penelitian terdahulu, Bragdon dan Malin (1972) dalam Al Tuwaijri, et al (2004) menggunakan *accounting based measures* (*earnings per share* dan ROE). Sedangkan Spicer (1978) dalam Al Tuwaijri, et al (2004) menggunakan keduanya baik *accounting based measures* maupun *capital market based* (*profitability* dan *10 price earning ratio*). Kelemahan menggunakan berbagai macam pengukuran *economic performance* adalah mereka cenderung untuk fokus

pada satu aspek kinerja ekonomi suatu perusahaan. *Net income* mengukur tingkat *profitabilitas* tanpa mempertimbangkan ukuran perusahaan, kelemahan ini dapat dilengkapi dengan menggunakan pengukuran seperti ROA dan skala *profitabilitas* investasi perusahaan berdasarkan aset mereka. Namun hal ini akan menjadi bias apabila sampel tersebut meliputi perusahaan dari berbagai industri (Al Tuwaijri, et al., 2004)

Menurut Sucipto (2003) pengertian kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan laba. Sedangkan menurut IAI (2007) Kinerja Keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumberdaya yang dimilikinya..

Kinerja keuangan dapat dilihat dari informasi yang terkandung didalam laporan keuangan. Dari informasi tersebut dapat dibuat suatu analisis rasio laporan keuangan. Menurut Gitman (2009:53-54):

“Segala informasi yang terkandung dalam laporan keuangan itu merupakan daya tarik bagi para *stakeholder* yang memerlukan suatu ukuran yang *relative* mengenai efisiensi operasi perusahaan. Disebut *relative* karena analisis laporan keuangan didasarkan *relatives values* atau rasio. Analisis rasio laporan keuangan untuk menganalisa dan memonitoring kinerja keuangan perusahaan.”

2.1.2.2 Pengukuran Kinerja Keuangan

Kinerja sebuah perusahaan banyak diukur berdasarkan rasio-rasio keuangan selama periode tertentu. Ada dua kelompok yang menganggap rasio terdiri dari manajer yang menggunakannya untuk mengukur dan melacak kinerja

perusahaan selama periode tertentu. Kedua, laporan keuangan mencakup para analis yang merupakan pihak eksternal bagi perusahaan.

Menurut Fahmi (2012:53) rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rahardjo (2006:110) rasio likuiditas bertujuan menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran keuangannya. Semakin tinggi angka rasio likuiditas, akan semakin baik bagi investor. Perusahaan yang diminati investor adalah perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang cukup tinggi untuk standar perusahaan sejenisnya.

2.1.2.3 Likuiditas

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek (Sudana, 2011:21). Sedangkan menurut Kieso yang dialih bahasakan oleh Emil Salim (2007:222) likuiditas adalah kemampuan jangka pendek perusahaan untuk membayar kewajibannya yang jatuh tempo.

Menurut Mahmud dan Abdul Halim (2009:77) rasio likuiditas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dengan melihat aktiva lancar perusahaan relatif terhadap hutang lancarnya. Sedangkan menurut E. F Brigham dan J. F Houston yang dialih bahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2013:134) rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan hubungan antara kas dan aset lancar perusahaan lainnya dengan kewajiban lancarnya.

Menurut Martono dan Agus Harjito (2001:55) rasio likuiditas, yaitu:

“Indikator kemampuan perusahaan untuk membayar atau melunasi kewajiban-kewajiban finansialnya pada saat jatuh tempo dengan mempergunakan aktiva lancar yang tersedia.”

Rasio likuiditas memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan adalah pemilik perusahaan. Pihak yang paling berkepentingan adalah pemilik perusahaan dan manajemen perusahaan untuk menilai kinerja perusahaannya. Ada pihak luar perusahaan juga memiliki kepentingan, seperti pihak kreditor atau penyedia dana bagi perusahaan, misalnya perbankan atau juga distributor maupun supplier. Oleh karena itu, perhitungan rasio likuiditas tidak hanya berguna bagi perusahaan, namun juga bagi pihak luar perusahaan.

Perhitungan rasio likuiditas memberikan cukup banyak manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Berikut ini adalah beberapa tujuan dan manfaat yang dapat dipetik dari hasil rasio likuiditas menurut Kasmir (2012:132), adalah :

1. Mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. Artinya, kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai jadwal batas waktu yang telah ditetapkan (tanggal dan bulan tertentu).
2. Mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan. Artinya, jumlah kewajiban yang berumur di bawah satu tahun atau sama dengan satu tahun, dibandingkan dengan total aktiva lancar.
3. Mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang. Dalam hal ini aktiva lancar dikurangi sediaan dan utang yang dianggap likuiditasnya lebih rendah.
4. Mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.
5. Mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.

6. Sebagai alat perencanaan ke depan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan utang.
7. Melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya untuk beberapa periode.
8. Melihat kelemahan yang dimiliki perusahaan, dari masing-masing komponen yang ada di aktiva lancar dan utang lancar.
9. Menjadi alat pemicu bagi pihak manajemen untuk memperbaiki kinerjanya, dengan melihat rasio likuiditas yang ada pada saat ini.

Pentingnya likuiditas dapat dilihat dengan mempertimbangkan dampak dari ketidak mampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Kurangnya likuiditas menghalangi perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari diskon atau kesempatan mendapatkan keuntungan, juga berarti pembatasan kesempatan dan tindakan manajemen.

Kinerja sebuah perusahaan banyak diukur berdasarkan rasio-rasio keuangan selama periode tertentu. Ada dua kelompok yang menganggap rasio terdiri dari manajer yang menggunakannya untuk mengukur dan melacak kinerja perusahaan selama periode tertentu. Kedua, laporan keuangan mencakup para analis yang merupakan pihak eksternal bagi perusahaan.

Menurut Fahmi (2012:53) rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rahardjo (2006:110) rasio likuiditas bertujuan menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran keuangannya. Semakin tinggi angka rasio likuiditas, akan semakin baik bagi investor. Perusahaan yang diminati investor adalah perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang cukup tinggi untuk standar perusahaan sejenisnya.

Menurut Sudana (2011:21) terdapat beberapa cara untuk mengukur besar kecilnya likuiditas, yaitu:

1. Rasio sangat lancar (*Quick Ratio* atau *Acid test ratio*)
rasio ini seperti *current ratio* tetapi persediaan tidak diperhitungkan karena kurang likuid dibandingkan dengan kas, surat berharga dan piutang (Sudana, 2011:21)
Quick ratio dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Quick ratio} = \frac{\text{aktiva lancar} - \text{persediaan}}{\text{kewajiban lancar}}$$

2. Rasio lancar (*Current ratio*)
Current ratio mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar utang lancar dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki. Semakin besar rasio ini semakin likuid perusahaan (Sudana, 2011:21)
Current ratio dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Current ratio} = \frac{\text{aktiva lancar}}{\text{kewajiban lancar}}$$

2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure

2.1.3.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Rusdianto (2013:7) bahwa:

“Konsep dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengandung arti bahwa organisasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri (selfish). Sehingga teralienasi dari lingkungan masyarakat di temoay mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya. Konsep ini menyediakan jalan bagi setiap perusahaan untuk melibatkan dirinya dengan dimensi social dan memberikan perhatian terhadap dampak-dampak social yang ada”.

Menurut Suhandari M. Putri dalam Untung (2010:1) bahwa:

“*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis unuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan

dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan”.

ISO 26000 dalam Rusdianto (2013:7), *Corporate Social Responsibility*

didefinisikan sebagai:

“Tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang: konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; memperhatikan kepentingan dari para *stakeholder*; sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma internasional; terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa”.

Sementara itu lembaga *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Rusdianto (2013:7), mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai:

“*Corporate social responsibility is the continuing commitment by business to behave ethical and contribute to economic development while improving the quality of life of the the workforce and their families as well as of local community and society at large*” (WBCSD, 2000).

Menurut Darwin (2004) dalam Rahmawati (2012:180) bahwa:

“Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah 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”.

Menurut Mardikanto (2014:86) menyatakan bahwa:

“CSR merupakan sebuah kewajiban dari perusahaan untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam mencapai tujuan dan nilai-nilai masyarakat.”

2.1.3.2 Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

Menurut (Sembiring, 2005 dalam Rahmawati, 2012:183) bahwa :

“Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure, corporate social reporting, social accounting*, atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan”.

Menurut Andreas, Desmiyawati dkk (2015) bahwa :

“*Corporate social responsibility disclosure is the disclosure of all information related to social responsibility activities that have been implemented by companies. CSR disclosure was measured by Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) which refers Global Report Initiatives (GRI) indicators*”.

Menurut Gray, dkk (2001) dalam Rakiemah (2009) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai:

“suatu proses penyediaan informasi yang dirancang untuk mengemukakan masalah seputar *social accountability*, yang mana secara khas tindakan ini dapat dipertanggungjawabkan dalam media-media seperti laporan tahunan maupun dalam bentuk iklan-iklan yang berorientasi sosial”.

Pratiwi dan Djamhuri (2004) mengartikan pengungkapan sosial yaitu :

“sebagai suatu pelaporan atau penyampaian informasi kepada *stakeholders* mengenai aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya. Hasil penelitian di berbagai negara membuktikan, bahwa laporan tahunan (*annual report*) merupakan media yang tepat untuk menyampaikan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan”.

2.1.3.3 Faktor - faktor *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

Menurut Deegan dalam Rusdianto (2013:44) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*-nya, yaitu:

1. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang terdapat dalam undang-undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
4. Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman.
5. Pemenuhan kebutuhan informasi pada masyarakat.
6. Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
7. Untuk mengukur kelompok *stakeholder* yang mempunyai pengaruh yang kuat.
8. Untuk mematuhi persyaratan industri tertentu.
9. Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu.

2.1.3.4 Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

Brodshaw dan Vogel dalam Azheri (2012:36) menyatakan ada tiga dimensi yang harus diperhatikan, sehubungan dengan ruang lingkup CSR yaitu:

1. *Corporate Philantrophy* adalah usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, di mana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha-usaha amal ini dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan dari luar perusahaan atau juga berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan untuk mengelola usaha amal tersebut.
2. *Corporate Responsibility* adalah usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan.
3. *Corporate Policy* adalah berkaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang berkaitan dengan posisi tawar suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang memengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan.

2.1.3.5 Teori yang Melandasi *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

Disclosure

Landasan teoritis *Corporate Social Responsibility* terdiri dari:

1. Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu

dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat (Nor Hadi, 2011:88).

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik. O'Donovan (2002) dalam Nor Hadi (2011:87) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat sumberdaya bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*). Dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu "*social contract*" (Lako, 2011:5).

2. Teori *Stakeholder*

Bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder* (Nor Hadi, 2011:94).

Teori ini menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup-matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan

beragam kepentingan dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Jika mampu, maka perusahaan bakal meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, serta laba. Dalam perspektif teori *stakeholder*, masyarakat dan lingkungan merupakan *stakeholder* inti perusahaan yang harus diperhatikan (Lako, 2011:5).

3. Teori Kontrak Sosial

Teori muncul akibat adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian dan keseimbangan, termasuk terhadap lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, dimana antara keduanya saling pengaruh-mempengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingannya (Nor Hadi, 2011:95).

Keberadaan perusahaan dalam suatu area karena didukung secara politis dan dijamin oleh regulasi pemerintah serta parlemen yang juga merupakan representasi dari masyarakat. Dengan demikian, ada kontrak sosial secara tidak langsung antara perusahaan dan masyarakat dimana masyarakat memberi *cost* dan *benefit* untuk keberlanjutan suatu

korporasi. Karena itu, CSR merupakan suatu kewajiban asasi perusahaan yang tidak bersifat suka rela (Lako,2011:6).

2.1.3.6 Manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* memiliki fungsi strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam bentuk katup pengaman sosial (*social security*). Dengan menjelaskan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga harus turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan jangka panjang.

Menurut Rusdianto (2013:13) terdapat manfaat CSR bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu:

1. Membangun dan menjaga reputasi perusahaan.
2. Meningkatkan citra perusahaan.
3. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan.
4. Mempertahankan posisi merek perusahaan.
5. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
6. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (*capital*).
7. Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis.
8. Mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).

Menurut Rusdianto (2013:13) bahwa :

“Keputusan perusahaan untuk melaksanakan CSR secara berkelanjutan, merupakan keputusan yang rasional. Sebab implementasi program CSR akan menimbulkan efek lingkaran emas yang tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, melainkan juga *stakeholder*. Bila CSR mampu dijalankan secara efektif maka dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, melainkan juga bagi masyarakat, pemerintah dan lingkungan”.

2.1.3.7 Indikator *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

Menurut ISO 26000 bahwa :

“*Guidance on social responsibility* (panduan tanggung jawab sosial) yang merupakan suatu standar yang memuat panduan perilaku bertanggung jawab sosial bagi organisasi guna berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan yang menggunakan standar The Global Reporting Initiative (GRI) yaitu jaringan organisasi non-pemerintah yang bertujuan mendorong keberlanjutan dan pelaporan Lingkungan, Sosial dan Tata kelola (ESG). GRI mengeluarkan kerangka kerja pelaporan keberlanjutan yang paling banyak dipergunakan di dunia dan berstandar internasional dalam rangka mendorong transparansi yang lebih besar. Kerangka tersebut, bersama ”Petunjuk G3”, menetapkan prinsip dan indikator yang dapat dipergunakan organisasi untuk mengukur dan melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial-nya”.

Indikator-indikator dalam *GRI Standard Disclosure G3.1*, terdiri dari 3 komponen:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*Economic Performance Indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*Environmental Performance Indicator*)
3. Indikator Kinerja Sosial (*Social Performance Indicators*), terdiri dari 4 aspek, yaitu:

- Indikator Kinerja Praktek Kerja & Kelayakan Kerja (*Labor Practices & Decent Work Performance Indicator*)
- Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*Human Rights Performance Indicator*)
- Indikator Kinerja Masyarakat (*Society Performance Indicator*)
- Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk (*Product Responsibility Performance Indicator*)

Berikut ini adalah item-item yang merupakan bagian dari indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*:

Tabel 2.2
Indikator CSR Disclosure

Indikator Kinerja Ekonomi	
Aspek: Kinerja Ekonomi	
EC 1	Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.
EC 2	Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
EC 3	Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
EC 4	Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.
Aspek: Kehadiran Pasar	
EC 5	Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.
EC 6	Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.
EC 7	Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior local yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.
Aspek: Dampak Tidak Langsung	
EC 8	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau pro bono.
EC 9	Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.

Indikator Kinerja Lingkungan	
Aspek: Material	
EN 1	Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.
EN 2	Persentase Penggunaan Bahan Daur Ulang.
Aspek: Energi	
EN 3	Penggunaan Energi Langsung dari Sumberdaya Energi
EN 4	Pemakaian Energi Tidak Langsung berdasarkan Sumber Primer.
EN 5	Penghematan Energi melalui Konservasi dan Peningkatan Efisiensi.
EN 6	Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbarui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut.
EN 7	Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.
Aspek: Air	
EN 8	Total pengambilan air per sumber.
EN 9	Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.
EN 10	Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang.
Aspek: Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati)	
EN 11	Lokasi dan Ukuran Tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang diproteksi (dilindungi) atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi.
EN 12	Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas, produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang diproteksi (dilindungi) dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang diproteksi (dilindungi).
EN 13	Perlindungan dan Pemulihan Habitat.
EN 14	Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.

EN 15	Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk dalam Daftar Merah IUCN (<i>IUCN Red List Species</i>) dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah- daerah yang terkena dampak operasi.
Aspek: Emisi, Efluen, dan Limbah	
EN 16	Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.
EN 17	Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya dirinci berdasarkan berat.
EN 18	Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca
	pencapaiannya.
EN 19	Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (<i>ozone-depleting substances/ODS</i>) dirinci berdasarkan berat.
EN 20	NO, SO, dan emisi udara signifikan lainnya yang dirinci berdasarkan jenis dan berat.
EN 21	Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan.
EN 22	Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan.
EN 23	Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan.
EN 24	Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut Lampiran Konvensi Basel I, II, III dan VIII, dan persentase limbah yang diangkut secara internasional.
EN 25	Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor.
Aspek: Produk dan Jasa	
EN 26	Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
EN 27	Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.
Aspek: Kepatuhan	
EN 28	Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.
Aspek: Transportasi	

EN 29	Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.
Aspek: Keseluruhan	
EN 30	Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan menurut jenis.
Indikator Kinerja Praktek Kerja & Kelayakan Kerja	
Aspek: Pekerjaan	
LA 1	Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.
LA 2	Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.
LA 3	Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.
Aspek: Tenaga Kerja/Hubungan Manajemen	
LA 4	Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.
LA 5	Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.
Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Kerja	
LA 6	Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.
LA 7	Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.
LA 8	Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.
LA 9	Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.

Aspek: Pelatihan & Pendidikan	
LA 10	Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.
LA 11	Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menjangkau kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.
LA 12	Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.
Aspek: Keberagaman & Kesempatan yang sama	
LA 13	Komposisi badan pengelola/pengusaha dan perincian karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.
LA 14	Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.
Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia	
Aspek: Investasi & Praktek Pengadaan	
HR 1	Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/ filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.
HR 2	Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/ filtrasi atas aspek HAM.
HR 3	Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.
Aspek: Non-Diskriminasi	
HR 4	Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan diambil/dilakukan.
HR 5	Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diidentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
Aspek: Pekerja Anak	

HR 6	Kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah- langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.
Aspek: Kerja Paksa dan Kerja Wajib	
HR 7	Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.
Aspek: Praktik Keamanan	
HR 8	Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi.
Aspek: Hak Penduduk Asli	
HR 9	Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkahlangkah yang diambil.
Indikator Kinerja Masyarakat	
Aspek: Komunitas	
SO 1	Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.
Aspek: Korupsi	
SO 2	Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.
SO 3	Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.
SO 4	Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
Aspek: Kebijakan Publik	
SO 5	Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.

SO 6	Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
Aspek: Perlakuan Tidak Bersaing	
SO 7	Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.
SO 8	Nilai uang dari denda nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.
Aspek: Kepatuhan	
Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk	
Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	
PR 1	Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut.
PR 2	Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.
Aspek: Pemberian Label Produk & Jasa	
PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
PR 4	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.
PR 5	Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.
Aspek: Komunikasi Pemasaran	
PR 6	Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan voluntary codes yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship.
PR 7	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.
Aspek: Privasi Pelanggan	

PR 8	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.
Aspek: Kepatuhan	
PR 9	Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.

Sumber: *Global Reporting Initiative*

Item-item pengungkapan *corporate social responsibility* tersebut diukur dengan menggunakan CSR Index, yang diungkapkan dalam *Global Reporting Initiative (GRI)* dengan rumus sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

perusahaan j

$\sum X_{ij}$: *dummy variabel*: 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item*

i tidak diungkapkan

n_j : jumlah *item* perusahaan j, $n_j \leq$

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3
Peneliti Terdahulu

	PENELITI	JUDUL	VARIABEL	HASIL
1	Reka Maiyarni, Susfayetti, dan Misni Erwati (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi/2014)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Independen : Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan <i>Leverage</i> Dependen : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil analisis statistik diperoleh simpulan bahwa profitabilitas, likuiditas dan leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
2	Rafika Anggraini Putri dan Yulius Jogi Christiawan Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Independen : Profitabilitas, Likuiditas, dan <i>Leverage</i> Dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
3	Risky Latif Rosyadi (Universitas Negeri	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan	Independen: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas,	Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel likuiditas, <i>media exposure</i>

	Semarang/2015)	<i>Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility</i>	Likuiditas, dan Media Exposure Dependen : Pengungkapan Corporate Social Responsibility	berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR. Sedangkan Ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak terbukti mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR.
4	Pujiasih (Universitas Negeri Semarang/2013)	Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variable Intervening	Independen : Kinerja Lingkungan Dependen : Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility (CSR)	Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan, kinerja lingkungan berpengaruh terhadap CSR, CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan CSR secara tidak langsung dapat mempengaruhi hubungan antara kinerja lingkungan dan kinerja keuangan
5	Dwi Oktalia (Universitas Negeri Padang/2014)	Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility	Independen : Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas Dependen : Corporate Social	Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social

		(CSR) Disclosure Dalam Laporan Tahunan Perusahaan	Responsibility (CSR) Disclosure	perusahaan
--	--	--	------------------------------------	------------

2.2. Kerangka Pemikiran

2.2.1. Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap *Corporate Social*

Responsibility Disclosure

Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak diluar manajemen dan pemilik modal. Akan tetapi perusahaan kadang kala melupakannya dengan alasan bahwa mereka tidak memberikan kontribusi terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

Kinerja lingkungan pada perusahaan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana dorongan terhadap pengelolaan lingkungan yang dilakukan oleh berbagai instansi khususnya instansi pemerintah. Kinerja lingkungan juga akan tercapai pada level yang tinggi jika perusahaan secara proaktif melakukan berbagai tindakan manajemen lingkungan secara terkendali. Dengan adanya tindakan proaktif perusahaan dalam pengelolaan lingkungan serta adanya kinerja yang tinggi, manajemen perusahaan diharapkan akan terdorong untuk mengungkapkan tindakan manajemen lingkungan tersebut dalam annual report (Berry dan Rondinelle, 1998 dalam Fitriyani, 2012).

Penelitian Verrechia (1983) dalam Suratno *et al.* (2006) mengatakan pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan *environmental performance* mereka berarti menggambarkan *good news* bagi pelaku pasar. Oleh

karena itu, perusahaan dengan *environmental performance* yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih baik dibandingkan perusahaan dengan *environmental performance* yang lebih buruk (Suratno, 2006). Yang melandasi hubungan ini adalah teori legitimasi, yaitu kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi.

Perusahaan dalam melakukan kegiatan usaha berdasarkan legitimasi yang diberikan oleh masyarakat sehingga terdapat batasan-batasan berupa norma-norma dan nilai-nilai sosial yang ada di masyarakat. Hal ini memaksa perusahaan untuk memperhatikan lingkungan tempat perusahaan melakukan aktivitasnya. Perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan melakukan pengungkapan atas kinerja lingkungannya untuk memberikan legitimasi aktivitas perusahaan dimata masyarakat. Al-Tuwaijri, *et al.* (2003) dan Suratno *et al.* (2006) menemukan pengaruh positif signifikan antara *environmental disclosure* dengan *environmental performance* mendukung teori tersebut.

Perusahaan dengan *environmental performance* yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih baik dibandingkan perusahaan dengan *environmental performance* yang lebih buruk (Sudaryanto, 2011). Semakin banyak peran perusahaan dalam kegiatan lingkungannya, maka akan semakin banyak pula yang harus diungkapkan oleh perusahaan mengenai kinerja lingkungan yang dilakukannya dalam laporan tahunannya. Hal ini akan mencerminkan transparansi dari perusahaan tersebut bahwa perusahaan juga berkepentingan dan bertanggung jawab terhadap apa yang

telah dikerjakannya sehingga masyarakat juga akan tahu seberapa besar tanggung jawab dan andil perusahaan terhadap lingkungannya.

Aditya Permana Virgiwan (2012) yang menyatakan bahwa Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility (CSR) disclosure*, hal ini mengindikasikan perusahaan yang mengikuti PROPER tentu akan mengungkapkan *corporate social responsibility (CSR) disclosure* yang lebih tinggi, sebab perusahaan akan lebih memperhatikan lingkungan dan membahasnya di laporan keuangan sebagai suatu keberhasilan dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan.

2.2.2. Pengaruh Rasio Likuiditas Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Disclosure

Likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang harus dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih. Perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban keuangannya tepat pada waktunya berarti perusahaan tersebut dalam keadaan likuid, dan perusahaan dikatakan mampu memenuhi kewajiban keuangan tepat pada waktunya apabila perusahaan tersebut mempunyai alat pembayaran ataupun aktiva lancar yang lebih besar dari hutang lancarnya atau hutang jangka pendek.

Likuiditas merupakan salah satu kinerja yang sering dijadikan tolok ukur investor dalam menilai perusahaan. Oleh dari itu ketika likuiditas yang dihasilkan rendah, perusahaan akan cenderung melakukan pengungkapan CSR makin

banyak, hal ini seiring dengan teori sinyal karena dibandingkan investor, manajemen perusahaan lebih tahu mengenai kinerja internal perusahaan, sedangkan investor hanya melihat hasil akhir (rasio-rasio keuangan) sehingga ketika likuiditasnya rendah maka investor akan cenderung memberi nilai yang rendah pada perusahaan bahkan bisa mencabut investasinya sehingga perusahaan berusaha mengurangi asimetri informasi salah satunya dengan cara melakukan pengungkapan CSR.

Rasio likuiditas yang tinggi menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan. Perusahaan semacam ini akan cenderung untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas kepada pihak luar karena ingin menunjukkan bahwa perusahaan tersebut kredibel (Cooke, 1989).

Informasi ini terkait dengan keberlangsungan hidup jangka panjang perusahaan sehingga diharapkan dengan adanya pengungkapan CSR yang banyak ketika likuiditas rendah investor tetap mempertahankan investasinya dengan asumsi perusahaan memiliki nilai sustainability yang didapat atas informasi pengungkapan CSR tersebut. Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR dikemukakan oleh Syahrir dan Suhendra (2010, dalam Kamil dan Herusetya, 2012).

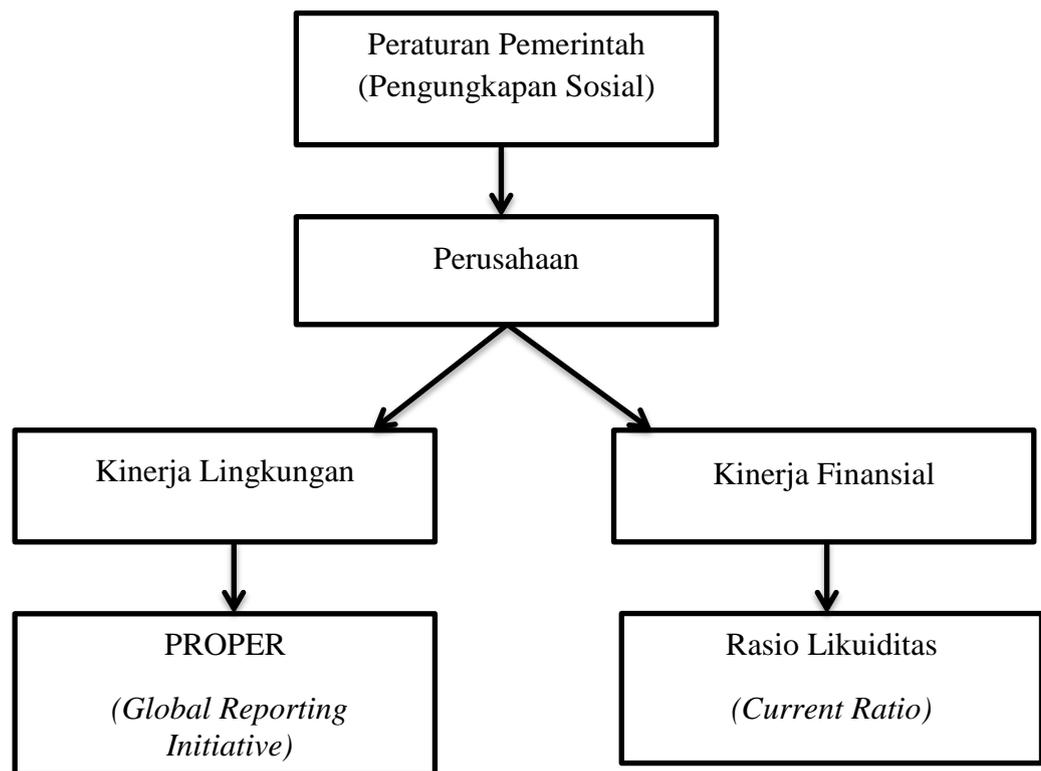
Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi akan lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan sosial sebagai sinyal kepada perusahaan lain bahwa perusahaannya memiliki kinerja yang lebih bagus. Argumen peneliti terkait ini, dengan makin banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan karena likuiditas perusahaan yang tinggi akan menarik investor untuk berinvestasi karena

atas banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan akan menunjukkan bahwa perusahaan makin kredibel.

Sesuai dengan teori signal, diduga bahwa perusahaan dengan likuiditas yang tinggi, cenderung akan lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial, sehingga akan memberi signal kepada perusahaan lain bahwa perusahaan mereka lebih baik daripada perusahaan lain. Signal tersebut dapat diwujudkan dengan melakukan pengungkapan CSR secara lebih luas. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Hussainey, et. al (2011) menemukan bukti bahwa terdapat hubungan positif antara likuiditas dan pengungkapan CSR, yaitu likuiditas mendorong keputusan pelaporan CSR di Mesir yang mana itu disebabkan perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan cenderung mengungkapkan tanggungjawab sosial yang makin banyak karena lebih berani mengambil keputusan yang terkategori "*costly decision*" yang mana salah satunya yaitu tindakan CSR serta pengungkapannya.

Hasil penelitian Herusetya dan Kamil (2011) menunjukkan bahwa kesehatan perusahaan yang ditunjukkan dalam rasio likuiditas yang tinggi diharapkan berhubungan dengan pengungkapan yang lebih luas. Hal ini didasarkan bahwa perusahaan yang secara keuangan sehat, kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibanding dengan perusahaan yang likuiditasnya rendah. Dan dengan melakukan pengungkapan CSR diharapkan dapat semakin meningkatkan kinerja perusahaan. Hal ini berarti, semakin tinggi likuiditas perusahaan, maka semakin tinggi pula keinginan perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR.

Rahajeng (2010) menyebutkan bahwa rasio likuiditas berpengaruh pada luas pengungkapan sukarela. Karena kondisi perusahaan didasarkan pada alasan bahwa bagi perusahaan yang memiliki likuiditas baik, menunjukkan memiliki struktur finansial yang baik pula. Kondisi likuiditas yang baik juga menunjukkan validitas kinerja yang baik pula apabila diketahui oleh publik. Untuk menunjukkan validitas kinerja yang baik pada perusahaan salah satunya bisa dengan melakukan pengungkapan CSR. Jadi semakin tinggi likuiditas perusahaan maka semakin baik pula tingkat pengungkapan CSR.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Pada umumnya kinerja keuangan terdiri dari 4 rasio, yaitu rasio profitabilitas, likuiditas, leverage, dan solvabilitas. Penulis memilih rasio likuiditas untuk penelitian ini karena adanya keterkaitan tingkat likuiditas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan. Beberapa peneliti mengungkapkan hasil penelitian bahwa tingkat likuiditas perusahaan harus mampu memenuhi kewajiban keuangannya tepat waktu, berarti perusahaan tersebut dalam keadaan likuid dan mempunyai aktiva lancar lebih besar daripada hutang lancar. Sehingga, perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi akan cenderung untuk melakukan pengungkapan yang lebih, sebagai instrumennya untuk meyakinkan para *stakeholder*-nya.

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2013: 93), pengertian hipotesis adalah:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.”

H1 : Terdapat Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

H2 : Terdapat Pengaruh Kinerja Finansial Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

H3 : Terdapat Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Kinerja Finansial Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

