

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Akuntansi

2.1.1.1 Pengertian Akuntansi

Menurut Kieso et al (2014) akuntansi dapat diartikan sebagai berikut:

“Akuntansi sebagai suatu sistem dengan input data informasi dan output berupa informasi dan laporan keuangan yang bermanfaat bagi pengguna internal maupun eksternal entitas. Sebagai sistem, akuntansi terdiri atas input yaitu transaksi, proses yaitu kegiatan untuk merangkum transaksi, dan output berupa laporan keuangan”.

Menurut Rudianto (2012) akuntansi dapat diartikan sebagai berikut:

“Akuntansi adalah sistem informasi yang menghasilkan informasi keuangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi suatu perusahaan”.

Sedangkan menurut Sofyan Syafri (2012:5) Akuntansi dapat diartikan sebagai berikut:

“Akuntansi merupakan proses mengidentifikasi, mengukur, dan menyampaikan informasi ekonomi sebagai bahan informasi dalam hal mempertimbangkan berbagai alternatif dalam mengambil kesimpulan oleh para pemakainya”.

2.1.1.2 Pengertian Akuntansi Keuangan

Penjelasan mengenai akuntansi keuangan menurut Martini (2012:8) adalah sebagai berikut:

“Akuntansi keuangan berorientasi pada pelaporan pihak eksternal. Beragamnya pihak eksternal dengan tujuan spesifik bagi masing-masing pihak membuat pihak penyusunan laporan keuangan menggunakan prinsip dan asumsi-asumsi dalam penyusunan laporan keuangan. Untuk itu diperlukan standard akuntansi yang dijadikan pedoman baik oleh penyusun maupun oleh pembaca laporan keuangan. Laporan yang dihasilkan dari akuntansi keuangan berupa laporan keuangan untuk tujuan umum (*general purpose financial statement*)”.

2.1.2 Islamic Corporate Social Responsibility

2.1.2.1 Pengertian Islamic Corporate Social Responsibility

Pengertian *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) menurut Sidik dan Reskino (2016) adalah:

“*Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) adalah konsep CSR islami yang dikembangkan dari CSR konvensional. Ajaran dalam islam selama ini telah memiliki konsep amal/filantropi yang mana identik dengan konsep filantropi dalam konvensional. Hal ini terlihat dari ajaran untuk berzakat, berinfak, bersedekah, memberi makan orang miskin, tidak berbuat kerusakan, serta memberikan pinjaman kepada orang yang membutuhkan tanpa mengharap imbalan (*qard*)”.

Sedangkan menurut Dr. Muhammad Yasir (2017:43) *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) adalah:

“*Corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial dalam islam bukanlah merupakan perkara asing. Tanggung jawab sosial sudah mulai ada dan dipraktikkan sejak abad 14 yang silam. Pembahasan mengenai tanggung jawab sosial sangat sering disebutkan dalam Al-Quran selalu menghubungkan antara kesuksesan berbisnis dan pertumbuhan ekonomi yang dipengaruhi oleh moral para pengusahanya dalam menjalankan bisnis”.

Menurut Ali Syukron (2015:3) *corporate social responsibility* dalam perspektif islam adalah:

“*Corporate social responsibility* dalam perspektif islam merupakan konsekuensi *inheren* dari ajaran islam itu sendiri. Tujuan dari syariah islam (*Maqahsid al syariah*) adalah masalah sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan mashlahah, bukan sekedar mencari keuntungan. Bisnis dalam islam memiliki posisi yang sangat mulia sekaligus strategis karena bukan sekedar diperbolehkan di dalam islam melainkan justru diperintahkan oleh Allah dalam Al-Quran”.

Menurut Dr. Muhammad Yasir (2017:52) konsep *Islamic Corporate Social Responsibility* yaitu:

“Didasarkan pada hubungan tanggung jawab kepada Allah SWT, kepada manusia, dan tanggung jawab kepada alam sekitar. Allah SWT yang telah memerintahkan manusia untuk taat kepada-Nya dan sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT adalah memastikan kelestarian hidup manusia dan alam sekitar. Sehingga kewujudan manusia di muka bumi ini mempunyai dua tugas yang sama, yaitu menjadi hamba yang patuh kepada Allah SWT dan khalifah yang adil. Hubungan antara dua tugas utama ini adalah seiring dan tidak boleh diabaikan antara satu dengan yang lainnya”.

Menurut Darmawati (2014) *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam perspektif islam adalah:

“Realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam islam. Allah SWT adalah pemilik mutlaq (*haqiqiyah*) sedangkan

manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah. *Corporate Social Responsibility* (CSR) ternyata selaras dengan pandangan islam tentang manusia sehubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), dan tanggung jawab (*responsibility*)”.

Islamic corporate social responsibility merupakan konsep CSR dalam pandangan islam dilaksanakan dalam bentuk tanggung jawab. Pertama, hubungan tanggung jawab kepada Allah SWT. Kedua, hubungan tanggung jawab terhadap sesama manusia (karyawan) dan ketiga hubungan tanggung jawab terhadap alam sekitar. Ketiga bentuk tanggung jawab ini tidak boleh dipisahkan satu sama lainnya dalam pelaksanaan ICSR. ICSR memerlukan prinsip-prinsip dasar yang satu sama lainnya saling berkaitan, yaitu: kesatuan (tauhid), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), dan tanggung jawab (*responsibility*). Pelaksanaan I-CSR yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam tersebut dapat menyelesaikan dan meringankan masalah sosial, baik yang terjadi dalam perusahaan maupun dalam masyarakat (lingkungan) terutama untuk memberdayakan ekonomi masyarakat lemah.

2.1.2.2 Prinsip Dasar (Aksioma) dalam Islam

Menurut Mohammed (2007:104) ada empat prinsip dasar (aksioma) dalam ilmu ekonomi islam yang dapat diterapkan dalam *islamic corporate social responsibility*, yaitu:

1. Kesatuan (Tauhid)
Manusia pada pengakuan akan keesaan Allah selaku Tuhan semesta alam. Dalam kandungannya meyakini bahwa segala sesuatu yang ada di alam ini bersumber dan berakhir kepada-Nya. Diaalah pemilik mutlak dan absolut atas semua yang diciptakannya. Oleh sebab itu segala aktifitas khususnya dalam muamalah dan bisnis manusia harus mengikuti aturan-aturan yang ada jangan sampai meyalahi batasan-batasan yang telah ditetapkan.
2. Keseimbangan (*Equilibrium*)
Sifat keseimbangan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, ilam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, dan hak alam semesta. Jadi keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis.
3. Kehendak bebas (*Free Will*)
Manusia mempunyai suatu potensi dalam menentukan pilihan-pilihan yang beragam, karena kebebasan manusia tidak dibatasi. Tetap dalam kehendak bebas yang diberikan Allah kepada manusia haruslah sejalan dengan prinsip dasar diciptakannya manusia yaitu sebagai khalifah di bumi, sehingga kehendak bebas itu harus sejalan dengan kemaslahatan kepentingan individu terlebih pada kepentingan umat.
4. Tanggung Jawab (*Responsibility*)
Terkait erat dengan tanggung jawab manusia atas segala aktifitas yang dilakukan kepada Tuhan dan juga tanggung jawab kepada manusia sebagai masyarakat. Karena manusia hidup tidak sendiri dia tidak lepas dari hukum yang dibuat oleh manusia itu sendiri sebagai komunitas sosial. Tanggung jawab kepada Tuhan tentunya di akhirat, tapi tanggung jawab kepada manusia didapat didunia berupa hukum-hukum formal maupun hukum non formal seperti sanksi moral dan lain sebagainya.

2.1.2.3 Item-item *Islamic Social Reporting (ISR) Index*

Penggunaan indeks *Islamic Social Reporting (ISR)* yang dirancang oleh Othman *et. al* (2009) dalam Ayu (2010) dalam Raditya (2012), yang juga membagi ISR menjadi enam kategori dengan total pengungkapan 43 item indeks pengungkapan. Berikut ini tabel *Islamic Social Reporting (ISR) Index*:

Tabel 2.1
Islamic Social Reporting (ISR) Index

A	Pendanaan dan Investasi
1	Kegiatan yang mengandung Riba (beban bunga dan pendapatan bunga)
2	Kegiatan yang mengandung ketidakjelasan (<i>gharar</i>) (<i>hedging, future non delivery trading/margin trading, arbitrage</i> baik seperti <i>spot</i> ataupun <i>forward, short selling, pure swap, warrant</i> , dan lain-lain)
3	Zakat
4	Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan ketidak mampuan klient untuk membayar piutang/penghapusan hutang tak tertagih
5	Pernyataan nilai tambah <i>Value Added Statement (VAS)</i>
B	Produk dan Jasa
6	Produk yang ramah lingkungan
7	Status kehalalan produk
8	Kualitas dan keamanan suatu produk
9	Pelayanan atas keluhan konsumen
C	Karyawan
10	Jam kerja karyawan
11	Hari libur dan cuti
12	Manfaat lainnya yang diterima karyawan (tunjangan karyawan)
13	Remunerasi/Gaji/Upah karyawan
14	Pendidikan dan pelatihan karyawan (pengembangan sumber daya manusia)
15	Kesetaraan hak antara karyawan
16	Keterlibatan karyawan dalam diskusi manajemen, pengambilan keputusan, dan kegiatan operasional perusahaan
17	Kesehatan dan keselamatan kerja karyawan
18	Lingkungan kerja
19	Karyawan dari kelompok khusus lainnya (cacat fisik, mantan narapidana, atau mantan pengguna narkoba)
20	Pejabat tinggi/karyawan tingkat atas di perusahaan melaksanakan ibadah bersama-sama dengan manajer/karyawan tingkat menengah dan rendah
21	Karyawan muslim diperbolehkan menjalankan ibadah di waktu-waktu shalat dan berpuasa di bulan Ramadhan pada hari kerja mereka
22	Tempat beribadah yang memadai bagi karyawan
D	Masyarakat
23	Shadaqah/pemberian donasi/sumbangan atas kegiatan amal atau kegiatan sosial (sumbangan bencana alam)
24	Waqaf
25	Pinjaman untuk kebaikan (<i>Qardhul hasan</i>)
26	Kegiatan sukarela karyawan
27	Pemberian beasiswa sekolah

28	Perekrutan para lulusan sekolah/kuliah
29	Pengembangan/pembangunan tunas muda
30	Peningkatan kualitas hidup masyarakat
31	Kepedulian terhadap anak-anak
32	Mensponsori kegiatan kesehatan masyarakat/projek/rekreasi/olahraga atau budaya
E	Lingkungan
33	Konservasi lingkungan hidup
34	Kegiatan yang tidak membuat polusi lingkungan hidup (pengelolaan limbah, pengurangan emisi, dan lain-lain)
35	Pendidikan mengenai lingkungan hidup
36	Audit lingkungan/ Pernyataan verifikasi independen atau penghargaan/sertifikasi dari lembaga
37	Sistem manajemen lingkungan
F	Tata Kelola
38	Status kepatuhan syariah
39	Tujuan perusahaan untuk mencapai barakah
40	Rincian nama dan profil dewan direksi
41	Struktur kepemilikan saham
42	Aktivitas yang dilarang: praktik monopoli, penimbunan barang, manipulasi harga, praktek kecurangan bisnis, dan perjudian
43	Kebijakan anti korupsi

2.1.2.4 Metode Pengukuran *Islamic Corporate Social Responsibility*

Islamic corporate social responsibility diukur dengan menggunakan metode analisis konten. Indeks pengungkapan yang digunakan adalah indeks pengungkapan ISR yang dibangun oleh Haniffa (2002) dan Othman *et al.* (2009). Analisis konten dilakukan terhadap 43 item pengungkapan yang ada pada laporan tahunan perusahaan. Item yang diungkapkan akan diberi kode 1 (satu) dan item yang tidak diungkapkan akan diberi kode 0 (nol). Item yang diungkapkan kemudian diakumulasikan dan dilihat persentase item yang diungkapkan dari keseluruhan item.

Adapun tema pengungkapan ICSR dalam kerangka ISR Othman *et al.* (2009) ada 6 tema, yakni:

- Keuangan dan investasi;
- Produk dan jasa;
- Karyawan;
- Masyarakat
- Lingkungan; dan
- Tata kelola.

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

Dimana:

ICSR: *Islamic corporate social responsibility*

X_{ij}: Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan

N_j: Total jumlah item yang harus diungkapkan

Model ini membagi variabel dependen menjadi dua kategori: bagus atau buruk, sukses atau tidak sukses, unggul atau tidak unggul, dan seterusnya. Pengkodean variabel dependen sebatas untuk membedakan variabel yang masuk daerah penerimaan dan variabel yang masuk daerah penolakan. (Sidik dan Reskino, 2016:11).

Untuk mengukur seberapa jauh perusahaan menerapkan prinsip islam yang baik dalam pengungkapan ICSR maka penelitian ini akan menilainya berdasarkan model *Islamic Social Reporting Index (ISR) Index* terdiri dari 43 item yang merupakan tolak ukur pelaksanaan kinerja sosial perusahaan yang berisi kompilasi item-item standard yang ditetapkan oleh *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution (AAOIFI 2002)* (Johan dan Eke, 2016).

2.1.3 Kinerja Lingkungan

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Lingkungan

Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 5 Tahun 2011 Tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup menyatakan bahwa kinerja lingkungan adalah hasil dari kebijakan pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan hidup terintegrasi, guna mendukung tercapainya pembangunan berkelanjutan, dengan menekankan pada ekonomi hijau.

Pengertian Kinerja Lingkungan menurut ISO 14004 dari ISO 14001 adalah sebagai berikut:

“Kinerja lingkungan adalah hasil yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan, terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya, serta pengkajian kinerja lingkungan yang didasarkan pada kebijakan lingkungan, sasaran lingkungan, dan target lingkungan”.

Sementara Kinerja Lingkungan menurut Suratno dkk (2007) dalam Aldila Noor dan Dian (2009) adalah:

“Kinerja lingkungan perusahaan (*environmental performance*) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*)”.

Menurut Arfan Ikhsan (2009:308) pengertian kinerja lingkungan adalah sebagai berikut:

“Hasil yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan yang terkait dengan aspek-aspek lingkungannya”.

Menurut Riska Dewi (2016) pengertian kinerja lingkungan adalah sebagai berikut:

“Kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar”.

Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui flukturasi harga saham yang semakin naik dari periode ke periode dan sebaliknya jika perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang buruk maka akan muncul keraguan dari para investor terhadap perusahaan tersebut dan direspon negatif dengan fluktuasi harga saham perusahaan di pasar yang semakin menurun dari tahun ke tahun (Felecia dan Paskah, 2014:49).

2.1.3.2 Penilaian Melalui PROPER

Kriteria Penilaian PROPER yang lebih lengkap dapat dilihat pada Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 5 Tahun 2001 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup. Secara umum peringkat kinerja PROPER dibedakan menjadi 5 warna, yaitu:

1. 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.
2. 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.
3. 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.
4. 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.
5. 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.

Pengukuran variabel kinerja lingkungan menggunakan *content analysis*.

Content analysis pengukuran kinerja lingkungan perusahaan dilakukan dengan menggunakan PROPER yang dipublikasikan oleh Sekretariat Kementerian Lingkungan Hidup, ukuran yang digunakan untuk memberikan skor berupa warna

mulai dari terbaik, EMAS, skor 5; HIJAU, skor 4; BIRU, skor 3; MERAH, skor 2; sampai ke yang terburuk, HITAM skor 1.

Tabel 2.2
Penentuan Peringkat PROPER

Warna	Keterangan	Skor
Emas	Sangat-sangat Baik	5
Hijau	Sangat Baik	4
Biru	Baik	3
Merah	Buruk	2
Hitam	Sangat Buruk	1

Sumber: Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 5 Tahun 2011

2.1.3.3 Tujuan PROPER

Menurut Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 5 Tahun 2011, tujuan dari pelaksanaan PROPER adalah sebagai berikut:

1. Mendorong terwujudnya pembangunan berkelanjutan.
2. Meningkatkan komitmen para *stakeholders* dalam upaya pelestarian lingkungan.
3. Meningkatkan kinerja lingkungan pengelolaan lingkungan secara berkelanjutan.
4. Meningkatkan kesadaran para pelaku usaha atau kegiatan untuk menaati peraturan perundang-undangan di bidang lingkungan.
5. Meningkatkan penataan dalam pengendalian dampak lingkungan melalui peran aktif masyarakat.
6. Mengurangi dampak negatif kegiatan perusahaan terhadap lingkungan.

2.1.3.4 Strategi Pelaksanaan PROPER

Menurut Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 1 Tahun 2011, strategi yang dapat dilakukan dalam pelaksanaan PROPER adalah sebagai berikut:

1. Informasi PROPER yang disampaikan harus mudah dimengerti oleh para *stakeholder*. Untuk memudahkan langkah-langkah proaktif para *stakeholder* maka peringkat kinerja penataan perusahaan dalam PROPER dikategorikan dalam 5 (lima) peringkat warna yaitu:
 - Peringkat Emas untuk usaha atau kegiatan yang telah berhasil melaksanakan upaya pengendalian pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup atau melaksanakan produksi bersih dan telah mencapai hasil yang sangat memuaskan.
 - Peringkat Hijau untuk usaha atau kegiatan yang telah melaksanakan upaya pengendalian pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup dan mencapai hasil yang lebih baik dari persyaratan yang ditentukan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.
 - Peringkat Biru untuk usaha atau kegiatan yang telah melaksanakan upaya pengendalian pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup dan telah mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan minimum sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.
 - Peringkat Merah untuk usaha atau kegiatan yang telah melaksanakan upaya pengendalian pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup tetapi belum mencapai persyaratan minimum sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.
 - Peringkat Hitam untuk usaha atau kegiatan yang tidak melaksanakan upaya pengendalian pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. PROPER harus dilakukan dengan lembaga yang bersifat independen dan kredibel dimata para *stakeholder*. Untuk itu pelaksanaan PROPER dilakukan melalui perlibatan multi *stakeholder*.
3. PROPER perlu diarahkan kepada perusahaan yang peduli terhadap reputasi atau citra dimata para *stakeholdernya*.
4. Pelaksanaan PROPER harus dilakukan secara bersama-sama dengan instrument penataan lainnya. Pemberian penghargaan untuk perusahaan yang berperingkat Emas atau Hijau agar menjadi contoh pengelolaan lingkungan yang baik bagi perusahaan lainnya, dan didorong untuk melakukan produksi bersih. Perusahaan yang berperingkat Hitam perlu diikuti dengan upaya penegakan hukum dan untuk perusahaan berperingkat Merah perlu dilakukan pembinaan dan diberikan waktu untuk melakukan perbaikan sebelum diikuti dengan upaya pencegahan hukum,

Pelaksanaan PROPER ke depannya harus melibatkan jumlah perusahaan yang lebih banyak sehingga dapat mencerminkan tingkat penataan perusahaan secara keseluruhan dan tercapainya konsistensi serta berkeadilannya pengelolaan lingkungan di Indonesia.

2.1.4 Kinerja Keuangan

2.1.4.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja merupakan hasil dari evaluasi terhadap pekerjaan yang telah selesai dilakukan, hasil pekerjaan tersebut dibandingkan dengan kriteria yang telah

ditetapkan bersama. Setiap pekerjaan yang telah selesai dilakukan perlu dilakukan penilaian/pengukuran secara periodik (Sujarweni, 2017:71).

Menurut Irham Fahmi (2017:239) kinerja keuangan adalah sebagai berikut:

“Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar”.

Menurut Munawir (1998) dalam Reni (2013) kinerja keuangan adalah sebagai berikut:

“Kinerja keuangan adalah prestasi kerja yang telah dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu dan tertuang pada laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan”.

Menurut Umar Mustafa (2014) pengertian kinerja keuangan adalah sebagai berikut:

“Kinerja keuangan merupakan suatu gambaran tentang kondisi suatu perusahaan yang di analisis melalui alat-alat analisis keuangan sehingga dapat digunakan untuk mengetahui baik buruknya keadaan suatu perusahaan yang kemudian dapat menggambarkan prestasi kerja suatu perusahaan dalam periode tertentu”.

Sampai pada pemahaman penulis bahwa kinerja keuangan adalah usaha formal yang telah dilakukan oleh perusahaan yang dapat mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat melihat prospek, pertumbuhan,

dan potensi perkembangan perusahaan. Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila telah mencapai standard dan tujuan yang telah ditetapkan

2.1.4.2 Tujuan Pengukuran Kinerja Keuangan

Menurut Munawir (2012:31) menyatakan bahwa tujuan dari pengukuran kinerja keuangan adalah:

1. Mengetahui Tingkat Likuiditas

Likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan yang harus segera diselesaikan pada saat ditagih.

2. Mengetahui Tingkat Solvabilitas

Solvabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasi, baik keuangan jangka pendek maupun jangka panjang.

3. Mengetahui Tingkat Rentabilitas

Rentabilitas atau yang sering disebut dengan profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

4. Mengetahui Tingkat Stabilitas

Stabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melakukan usahanya dengan stabil, yang diukur dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutang-hutangnya serta membayar beban bunga atas hutang-hutangnya tepat pada waktunya

Dengan demikian, berdasarkan pemahaman penulis bahwa pengukuran kinerja keuangan memberikan penilaian atas pengelolaan aset perusahaan oleh manajemen dan manajemen perusahaan dituntut untuk melakukan evaluasi dan tindakan perbaikan atas kinerja keuangan yang tidak sehat.

2.1.4.3 Metode Pengukuran Kinerja Keuangan

Dalam penelitian ini, metode pengukuran kinerja keuangan yang penulis gunakan adalah rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas menurut Agus Sartono (2015:122) adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Berikut adalah cara perhitungannya:

1. *Return On Asset (ROA)*

Menurut Agus Sartono (2015:123) *Return on Asset (ROA)* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktva yang dipergunakan.

Rumus ROA adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

2. *Return On Equity (ROE)*

Menurut Agus Sartono (2015:124) *Return on Equity (ROE)* mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rumus ROE adalah sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Modal pemegang saham}}$$

3. *Economic Value Added* (EVA)

Menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti (2012:68) *Economic Value Added* (EVA) menilai efektivitas manajerial untuk suatu tahun tertentu dan menyediakan kerangka kerja untuk pembuatan keputusan. Rumus untuk mencari EVA adalah sebagai berikut:

$$EVA = \text{NOPAT} - \text{Capital Chargers}$$

Keterangan:

NOPAT = *net operating after tax* atau laba bersih ditambah bunga setelah pajak

Capital Chargers = *invested x cost capital*

2.1.5 Nilai Perusahaan

2.1.5.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Salah satu tujuan utama suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham.

Menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti (2012:6) Nilai Perusahaan adalah sebagai berikut:

“Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli, apabila perusahaan tersebut dijual”.

Menurut Agus Sartono (2012:9) Nilai Perusahaan dapat didefinisikan sebagai berikut:

“Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau *present value* semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat”.

Menurut Sudana (2011) nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai berikut:

“Nilai perusahaan merupakan nilai sekarang dari arus pendapatan atau kas yang diharapkan diterima pada masa yang akan datang”.

Dari beberapa defiinisi di atas sampai pada pemahaman penulis bahwa nilai perusahaan dapat ditentukan dari perbandingan hasil sebagai kinerja keuangan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan harga saham biasa perusahaan berarti juga memaksimalkan kemamkuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan juga merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi.

2.1.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Untuk bisa mengambil keputusan keuangan yang benar, manajer keuangan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi tujuan yang hendak dicapai. Menurut Agus Sutrisno (2012:5) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah:

1. Keputusan Investasi
2. Keputusan Pendanaan
3. Keputusan Deviden

2.1.5.3 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Pengukuran nilai perusahaan sering kali dilakukan dengan menggunakan rasio-rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio pasar merupakan rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang (Irham Fahmi, 2017:138).

Rasio pasar terdiri dari:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Menurut Irham Fahmi (2017:138) bagi para investor semakin tinggi *price earning ratio* maka pertumbuhan laba yang diharapkan juga mengalami kenaikan. Dengan begitu *price earning ratio* (rasio harga terhadap laba) adlaah perbandingan antara *market price pershare* (harga pasar per lembar

saham) dengan *earning pershare* (laba per lembar saham). Rumus PER adalah sebagai berikut:

$$PER = \frac{MPS}{EPS}$$

Keterangan:

PER = *Price Earning Ratio*

MPS = *Market price per share* atau harga pasar per saham

EPS = *Earning per share* atau laba per lembar saham

2. *Earning Per Share* (EPS)

Menurut Irham Fahmi (2017:138) *Earning Per Share* atau pendapatan per lembar saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki. Rumus dari EPS adalah:

$$EPS = \frac{EAT}{Jsb}$$

Keterangan:

EPS = *Earning Per Share*

EAT = *Earning After Tax* atau pendapatan setelah pajak

Jsb = Jumlah saham yang beredar

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian untuk melihat hubungan antara *Islamic corporate social responsibility*, kinerja lingkungan, dan kinerja keuangan dalam hubungannya dengan nilai perusahaan. Berikut penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis sebagai referensi sebagaimana dapat dilihat pada tabel 2.3

Tabel 2.3
Daftar Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Riswanti (2017)	Pengaruh <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> , Kinerja Lingkungan Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah Tahun 2011-2015).	Persamaannya adalah variabel independen membahas <i>Islamic corporate social responsibility</i> dan kinerja lingkungan. Sedangkan untuk variabel dependen menggunakan nilai perusahaan.	Perbedaannya dengan penelitian sebelumnya adalah penulis meneliti pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index, sementara penelitian sebelumnya membahas mengenai profitabilitas sebagai variabel independen.	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa <i>islamic corporate social responsibility</i> berpengaruh, dan kinerja lingkungan tidak berpengaruh secara langsung terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan pada bank umum syariah
2.	Johan Arifin,	<i>Islamic Corporate</i>	Persamaannya adalah	Perbedaannya pada	Hasil penelitiannya

	Eke Ayu Wardani (2016)	<i>Social Responsibility</i> , Reputasi, dan Kinerja Keuangan: Studi pada Bank Syariah di Indonesia	variabel independen membahas mengenai <i>Islamic corporate social responsibility</i> .	penelitian sebelumnya adalah penulis meneliti pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index, sementara penelitian sebelumnya membahas mengenai reputasi dan kinerja keuangan sebagai variabel independen	menunjukkan bahwa <i>Islamic corporate social responsibility</i> berpengaruh terhadap kinerja keuangan
3.	Nur Indah Sisca Sari (2016)	Pengaruh <i>Economic Value Added</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Persamaannya adalah variabel dependen membahas nilai perusahaan	Perbedaannya dengan penelitian sebelumnya adalah penulis meneliti pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index, sementara penelitian sebelumnya membahas mengenai <i>economic value added</i> dan <i>corporate social</i>	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dengan menggunakan rasio <i>economic value added</i> memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan

				<i>responsibility</i> sebagai variabel independen	
4.	Mazda Eko Sri Tjahjono (2013)	Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan	Persamaannya adalah variabel independen membahas kinerja lingkungan. Sedangkan untuk variabel dependen menggunakan nilai perusahaan	Perbedaannya dengan penelitian sebelumnya adalah penulis meneliti pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index, sementara penelitian sebelumnya membahas mengenai kinerja keuangan sebagai variabel dependen.	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan kinerja keuangan
5.	Carningsih (2009)	Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Hubungan Antara Kinerja Keuangan dengan Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar	Persamaannya adalah variabel dependen membahas nilai perusahaan	Perbedaannya dengan penelitian sebelumnya adalah penulis meneliti pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index, sementara penelitian sebelumnya membahas mengenai	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja keuangan dengan menggunakan rasio ROA berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

		di Bursa Efek Indonesia		good corporate governance sebagai variabel independen	
--	--	-------------------------	--	---	--

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan intisari dari teori yang dikembangkan dan mendasari perumusan hipotesis. Teori yang telah dikembangkan dalam rangka memberi jawaban terhadap pendekatan pemecahan masalah yang dinyatakan hubungan antara variabel berdasarkan pembahasan teoritis. Berdasarkan telaah pustaka serta penelitian terdahulu, maka penelitian ini menjelaskan nilai perusahaan dipengaruhi oleh *islamic corporate social responsibility*, kinerja lingkungan, dan kinerja keuangan.

2.2.1 Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah meingkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang melakukan praktik CSR dalam perspektif islam yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor sehingga dapat memberikan citra yang baik dari masyarakat maupun *stakeholder* terhadap perusahaan.

Islamic corporate social responsibility mempengaruhi nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan

memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup, karena berkelanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan, dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan (Riswanti, 2017).

Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor (Nurlela dan Islahuddin, 2008 dalam Rimba, 2010).

Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena dapat meningkatkan *image* perusahaan. Semakin banyak informasi sosial dan lingkungan yang disampaikan oleh suatu perusahaan maka investor akan cenderung berinvestasi kepada perusahaan tersebut yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (Zuhroh dan Putu, 2003 dalam Wien Ika, 2010).

Sampai pada pemahaman penulis bahwa *Islamic corporate social responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan apabila perusahaan melakukan tanggung jawab sosial terhadap kepentingan ekonomi, masyarakat, dan lingkungan sesuai dengan perspektif islam dan menyajikan laporan hasil pertanggungjawaban

tersebut, maka investor akan merespon dengan baik dan harga saham perusahaan tersebut akan mengalami kenaikan.

2.2.2 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Kepedulian perusahaan dalam bidang manajemen lingkungan dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Di Indonesia, kinerja lingkungan perusahaan difasilitasi dengan adanya PROPER yang merupakan instrument yang digunakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup untuk melakukan penilaian dan pemeringkatan ketaatan perusahaan dalam melakukan kinerja lingkungannya.

Adanya tuntutan dari masyarakat membuat perusahaan menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan perusahaan beroperasi (Felecia dan Paskah, 2014).

Kinerja lingkungan mempengaruhi nilai perusahaan menyatakan bahwa kegiatan perusahaan dalam bidang pelestarian lingkungan akan mendatangkan sejumlah keuntungan diantaranya ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggungjawab sehingga adanya hubungan antara kebijakan lingkungan terhadap nilai perusahaan (Markus 2000, Figge dan Hahn 2004, dan Al-Najjr, 2012 dalam Mazda Eko, 2013).

Perusahaan yang memiliki tingkat kinerja lingkungan yang tinggi akan direspon positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham (Sudaryanto, 2011 dalam

Monica, 2014). Apabila perusahaan mampu memperhatikan pengelolaan lingkungannya, maka keberadaan perusahaan tersebut akan direspon positif oleh masyarakat, sehingga citra/*image* perusahaan tersebut meningkat (Isnin dan Yoney, 2015).

Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham. Perusahaan mengharapkan investor akan bereaksi positif terhadap itikad baik yang dilakukan perusahaan kepada lingkungan sekitarnya, sehingga meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan harga saham (Almilia dan Wijayanto, 2007 dalam Rustriarini, 2010 dalam Monica, 2014).

Sampai pada pemahaman penulis kinerja lingkungan dapat mempengaruhi nilai perusahaan apabila perusahaan peduli terhadap lingkungan sekitar sehingga akan direspon baik oleh para investor dan harga saham pun ikut meningkat dan nilai perusahaan pun menjadi lebih baik.

2.2.3 Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Penilaian prestasi atas kinerja suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuannya dalam menghasilkan laba, baik menggunakan aset ataupun ekuitas. Laba rugi perusahaan merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang

menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Pada penelitian ini, penulis menggunakan rasio profitabilitas dalam pengukuran kinerja keuangan.

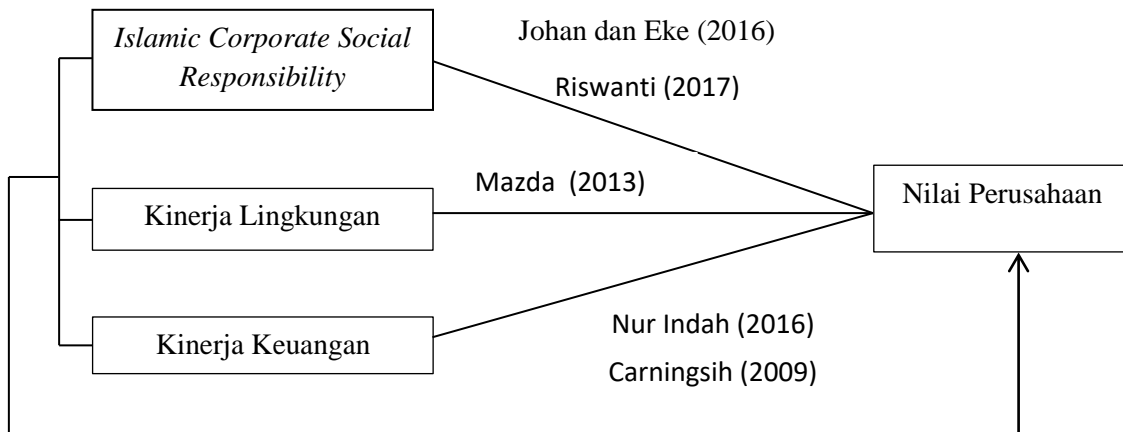
Profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan jika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih sehingga profit yang dihasilkan menjadi lebih besar. Besar kecilnya profit akan mempengaruhi nilai perusahaan (Kasmir, 2012:196).

Suatu perusahaan dengan melihat profitabilitas dapat mengukur seberapa besar kemampuan manajemen untuk menghasilkan laba rugi para investor. Apabila perusahaan berhasil membukukan tingkat keuntungan yang besar dengan dasar melihat pada rasio ROA, dan ROE, maka hal ini akan memotivasi para investor untuk menanamkan modalnya pada saham, sehingga harga saham dan permintaan akan saham pun meningkat (Anthony dan Nanik, 2015).

Profitabilitas dapat mengukur seberapa efektif perusahaan bagi para investor. Dimana, salah satu rasio profitabilitas yang dipakai oleh peneliti adalah ROA sebagai alat analisis utama dalam penilaian kinerja. Dimana ROA disini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dan yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba (Ang, 2007 dalam Ken Zuraedah, 2010).

Kinerja keuangan dapat mempengaruhi nilai perusahaan jika perusahaan menggunakan rasio profitabilitas, karena dengan menggunakan rasio profitabilitas

perusahaan dapat mengukur keefektifan perusahaan dalam mengetahui besar atau kecilnya laba yang diperoleh oleh perusahaan pada periode yang sedang berjalan.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Menurut Arikunto (2014:110) hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

Sedangkan menurut Sugiyono (2013:64) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan 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. Jadi hipotesis

juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

H₂: Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

H₃: Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

H₄: *Islamic Corporate Social Responsibility*, Kinerja Lingkungan, dan Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan