

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.1.1.1 Pengertian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Di negara-negara maju seperti Amerika Serikat dan Eropa Barat, *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi perhatian kalangan perusahaan dan bersifat sukarela (*voluntary*). Perusahaan lebih terikat secara moral dan sosial dalam mengalokasikan sebagian keuntungannya untuk kegiatan CSR. Sementara itu, di Indonesia, CSR bersifat wajib khususnya untuk perusahaan yang bergerak dalam pengelolaan sumber daya alam (SDA). Hal ini secara eksplisit diungkapkan dalam UU No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT).

Program CSR yang dilakukan perusahaan harus disesuaikan dengan kondisi masyarakat setempat. Hal ini dikarenakan masyarakat memiliki *local wisdom* yang berbeda di setiap daerah. Konsekuensi perusahaan sebagai '*agent of development*' di tengah-tengah masyarakat menjadikan perusahaan harus mengetahui dan memahami kondisi-kondisi sosial budaya masyarakat agar kegiatan CSR dapat terlaksana dengan baik.

Terkait dengan batasan mengenai CSR yang dikemukakan oleh para ahli berbeda-beda, sesuai dengan sudut pandang dan pemahaman masing-masing. Namun demikian perlu dikemukakan beberapa definisi sebagai koridor dan pembatas kajian mengenai CSR.

Menurut Nurdizal (2010:15) menyatakan bahwa:

“Pengungkapan CSR adalah upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. CSR bukan sekedar *discretionary*, tetapi suatu komitmen yang merupakan kebutuhan bagi perusahaan yang baik sebagai perbaikan kualitas hidup”.

Menurut Rahmawati (2012:183) bahwa:

“Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan”.

Menurut Sudana (2011:10), pengungkapan CSR didefinisikan sebagai:

“Tanggung jawab sebuah perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan. Tanggung jawab sosial dapat diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis, yang sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan para pemangku kepentingan (*stakeholders*), sejalan dengan hukum yang berlaku serta norma perilaku internasional”.

Menurut Pattisahusiwa dan Diyanti (2017), pengungkapan CSR didefinisikan sebagai berikut:

“Wujud tanggung jawab atau komitmen yang dilakukan oleh perusahaan atas dampak-dampak lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas bisnisnya. *Corporate social responsibility* juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk kepedulian sosial sebuah perusahaan untuk melayani kepentingan organisasi maupun kepentingan publik eksternal”.

Sudana dan Arlindania (2011) menyatakan bahwa:

“Pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan citra perusahaan di masyarakat pada umumnya dan investor pada khususnya”.

Berdasarkan definisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah bentuk pengkomunikasian tanggung jawab perusahaan kepada pihak berkepentingan yang mencakup dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan terhadap seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam rangka menciptakan pembangunan yang berkelanjutan.

2.1.1.2 Konsep Dasar Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

CSR merupakan elaborasi dari konsep pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development of business*). Berdasarkan konsep ini, perusahaan akan tumbuh dan berkembang bisnisnya jika mampu mensinergiskan pencapaian tujuan ekonominya dengan tujuan sosial dan lingkungan sehingga tidak ada kepentingan masyarakat yang dikorbankan.

Informasi CSR harus dilaporkan sebagai bagian dari sistem pelaporan keuangan perusahaan. Lako (2011:65) menjelaskan bahwa sistem pelaporan tersebut dinamakan dengan *triple bottom line reporting*, yaitu pelaporan yang menyajikan informasi tentang kinerja ekonomi (*profit*), lingkungan (*planet*), dan sosial (*people*).

1. *Profit*
Perusahaan perlu berupaya untuk memperoleh keuntungan yang tinggi untuk dapat terus menjalankan kegiatan operasional dan mengembangkan bisnisnya.
2. *People*
Perusahaan yang ingin menjaga kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang harus menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat agar memperoleh legitimasi atas segala kegiatan bisnis yang dilakukan. Legitimasi diperlukan agar terwujud suatu perusahaan yang *sustainable* dan *acceptable*.

3. *Planet*

Perusahaan merupakan bagian dari lingkungan di mana perusahaan berada. Bentuk tanggung jawab perusahaan atas kepeduliannya dengan lingkungan, yaitu dengan menjaga kelestarian dan keberlanjutan hayati (Hadi, 2011:21).

2.1.1.3 Ruang Lingkup Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

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

1. *Corporate philanthropy* adalah usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, di mana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha amal dimaksud 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 mempengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan.

2.1.1.4 Teori yang melandasi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Lako (2011:5), teori yang melandasi CSR adalah sebagai berikut:

1. Teori Akuntabilitas Korporasi (*Corporate Accountability Theory*)

Menurut teori ini, perusahaan harus bertanggungjawab atas semua konsekuensi yang ditimbulkannya baik sengaja maupun tidak sengaja kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Secara khusus teori ini menyatakan bahwa CSR bukan hanya aktivitas kedermawanan (*charity*) atau aktivitas yang bersifat suka rela, akan tetapi harus disadari oleh perusahaan bahwa CSR adalah salah satu konsekuensi logis dari aktivitas perusahaan di suatu area tertentu agar terjadi keselarasan antara perusahaan dan masyarakat.

2. Teori *Stakeholder*

Teori ini menyatakan bahwa kesuksesan suatu perusahaan sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder*. Dalam perspektif teori *stakeholder*, masyarakat dan lingkungan merupakan *stakeholder* inti perusahaan yang harus diperhatikan.

3. Teori Legitimasi

Teori ini menyatakan bahwa perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu “*social contract*”. Kontrak Sosial menyatakan bahwa keberadaan perusahaan dalam suatu area karena didukung secara politis dan dijamin oleh regulasi pemerintah juga parlemen yang merupakan representasi dari masyarakat. Dengan demikian, adanya kontrak sosial secara tidak langsung memberikan *cost dan benefits* untuk keberlanjutan perusahaan. Karena itu, CSR merupakan suatu kewajiban asasi perusahaan yang tidak bersifat sukarela.

4. Teori Sustainability korporasi

Berdasarkan teori ini, agar dapat hidup dan tumbuh secara berkelanjutan perusahaan harus mengintegrasikan antara tujuan bisnis dengan tujuan sosial dan ekologi secara utuh. Pembangunan ini harus dilandaskan pada tiga pilar utama, yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Dalam perspektif teori *corporate sustainability*, masyarakat dan lingkungan adalah pilar dasar bagi keberlanjutan perusahaan sehingga harus tetap diproteksi dan diberdayakan.

5. Teori politik dan ekonomi

Teori ini menyatakan bahwa dimensi ekonomi tidak dapat dipisahkan dari lingkungan dimana transaksi-transaksi dilakukan. Dimensi ekonomi (laporan keuangan) perusahaan merupakan dokumen sosial dan politik serta juga dokumen ekonomi. Karena hal tersebut tidak dapat diisolasi dari masyarakat dan lingkungan, maka perusahaan harus memperhatikan dan melaksanakan CSR.

6. Teori Keadilan

Menurut teori ini, dalam sistem kapitalitas pasar bebas laba/arugi sangat bergantung pada *the unequal rewards and privileges* yang terdapat dalam laba dan kompensasi. Adanya laba/rugi dapat mencerminkan ketidakadilan antar pihak yang dinikmati perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus adil terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya yang turut menanggung dampak dari aktivitas perusahaan melalui program CSR.

2.1.1.5 Prinsip-prinsip Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Godwin Limberg *et al* (2010:3), prinsip-prinsip dalam melaksanakan tanggung jawab sosial diantaranya :

1. Akuntabilitas

Akuntabilitas adalah sikap mengakui dan menerima tanggung jawab atas tindakan, produk, keputusan dan kebijakan termasuk administrasi, tata kelola dan implementasi berkaitan dengan peran atau posisi jabatan dan meliputi kewajiban melaporkan, menjelaskan, dan bertanggungjawab atas akibat yang timbul. Dalam melaksanakan tanggung jawab sosial para pihak harus akuntabel atas rencana, kegiatan dan dampak tindakan seluruh kegiatannya dengan menggunakan standar dan tolok ukur yang jelas.

2. Transparansi

Transparansi dalam konteks sosial mengandung unsur keterbukaan, komunikasi dan bertanggungjawab (akuntabilitas). Transparansi berarti menyediakan informasi secara tepat waktu, jelas, memadai, akurat, dan dapat

diperbandingkan serta mudah diakses oleh pemangku kepentingan sesuai haknya.

3. Berperilaku etis
Dalam berinteraksi antar sesama staf perusahaan maupun dengan pihak lain, perusahaan harus berperilaku etis, yaitu menjunjung tinggi integritas, kejujuran, keadilan, kesetaraan antar pihak dan saling percaya.
4. Mematuhi aturan yang berlaku
Dalam menjalankan operasi dan tanggung jawab sosialnya secara bertanggungjawab, perusahaan (dan pihak lain) harus tunduk pada hukum yang berlaku dan mengikuti prosedur hukum tanpa mencoa mempengaruhi proses hukum.
5. Mengikuti norma dan konvensi internasional
Dalam menjalankan operasi dan tanggung jawab sosial perusahaan (dan pihak lain) sebaiknya tidak hanya mematuhi aturan hukum yang berlaku tetapi juga memperhatikan konvensi internasional yang mengayomi prinsip dan pedoman yang diakui secara internasional.
6. Hak Asasi Manusia
Hak Asasi Manusia adalah hak dan kebebasan dasar yang dimiliki setiap orang. Menghargai dan memperhatikan hak asasi manusia menjadi landasan penting dalam setiap rencana dan kegiatan perusahaan dan pihak lain.
7. Menghargai dan memperhatikan kepentingan pihak lain.
Prinsip ini erat kaitannya dengan hak asasi manusia. Dalam setiap rencana dan kegiatan semua pihak harus menyadari, menghargai dan memperhatikan kepentingan-kepentingan pihak lain, tidak hanya pihak yang saling berinteraksi dengan perusahaan, tetapi juga pihak yang memiliki hubungan tidak langsung.
8. Inklusif, melibatkan banyak pihak dalam melaksanakan tanggung jawab sosial.
Inklusif tidak berarti semua pemangku kepentingan harus ikut secara merata dalam setiap kegiatan atau perundingan, karena tidak praktis dan belum tentu efektif. Diharapkan dalam proses perencanaan, pelaksanaan dan pemantauan diberikan kesempatan yang tepat bagi pemangku kepentingan untuk ikut memberi masukan.
9. Adaptif
Adaptif adalah sifat yang digunakan untuk menyesuaikan dengan kondisi atau sifat lain. Penyesuaian ini menjadi penting karena kondisi terus menerus berubah. Perubahan kondisi tersebut mengharuskan pendekatan adaptif yang memungkinkan adanya penyesuaian cara kerja dan kegiatan dengan kondisi baru. Tujuan tidak berubah, namun pendekatan yang digunakan untuk mencapai tujuan disesuaikan dengan perubahan yang terjadi.
10. Profesional
Profesional mengandung arti bahwa orang yang menjalankan pekerjaan tersebut punya latar belakang pendidikan atau pengalaman yang sesuai untuk jenis pekerjaan yang dilakukan. Selain itu, kompetensinya harus dapat diukur dengan tolok ukur yang jelas.

Sementara itu menurut Hadi (2011) mengurai 3 prinsip pengungkapan tanggung jawab sosial, diantaranya:

1. *Sustainability*
Sustainability berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas namun tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Di samping itu, juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.
2. *Accountability*
Prinsip kedua ini merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Konsep ini menjabarkan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal.
3. *Transparency*
Prinsip *transparency* merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak pada pihak eksternal.

2.1.1.6 Metode Pengukuran Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) dalam Sudana dan Arlindania (2011) menyatakan bahwa pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi serta produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya. Salah satu organisasi yang aktif mengeluarkan pedoman bagi perusahaan terkait pengungkapan sosial dan lingkungan hidup adalah

Global Reporting Initiative (GRI). GRI merupakan organisasi independen internasional yang membantu mengkomunikasikan proses dan dampak bisnis perusahaan melalui laporan keberlanjutan secara terus-menerus. Dalam penelitian ini, CSR diungkapkan berdasarkan GRI G-4 dengan jumlah 91 indikator item pengungkapan, yaitu: 9 item indikator kinerja ekonomi, 34 item indikator kinerja lingkungan, 16 item indikator praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, 12 item indikator hak asasi manusia, 11 item indikator masyarakat, dan 9 item kinerja produk. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2018) dan ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 2.1
Indikator CSR berdasarkan GRI G-4

KATEGORI EKONOMI		
Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
	EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut <i>gender</i> dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak

Praktek Pengadaan	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan <i>input</i> daur ulang
Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi di luar organisasi
	EN5	Intensitas energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energi
	EN7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
Air	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
Emisi	EN15	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
	EN16	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) energi tidak langsung (cakupan 2)
	EN17	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) tidak langsung lainnya (cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi Gas Rumah Kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi Gas Rumah Kaca (GRK)
	EN20	Emisi Bahan Perusak Ozon (BPO)
	EN21	NO _x , SO _x , dan emisi udara signifikan lainnya
Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan

	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tambahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel 2 lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkait dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasikan menurut kategori
Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpastian terhadap UU dan peraturan lingkungan
Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Asesmen pemasok atas lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme pengaduan masalah lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI SOSIAL		
SUB-KATEGORI: PRAKTIK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan <i>turnover</i> karyawan menurut kelompok umur, <i>gender</i> , dan wilayah
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan

	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut <i>gender</i>
Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan <i>gender</i>
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut <i>gender</i> dan menurut kategori karyawan
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Persentase karyawan yang menerima <i>review</i> kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut <i>gender</i> dan kategori karyawan
Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut <i>gender</i> , kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan masalah ketenagakerjaan	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang di ajukan, di tangani, dan di selesaikan melalui pengaduan resmi.
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan

		klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
Non-diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
Kebebasan berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja sama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
Pekerja anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
Pekerja paksa atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
Praktik pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia diorganisasi yang relevan dengan operasi
Hak adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan <i>review</i> atau asesmen dampak hak asasi manusia
Asesmen pemasok atas hak asasi manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
Mekanisme pengaduan dan masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		

Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
Anti-Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti- <i>trust</i> , serta praktik monopoli dan hasilnya
Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
Asesmen pemasok atas dampak terhadap masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK		
Kesehatan dan keselamatan pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis
Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
	PR4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan

		informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil
Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber: *Global Reporting Initiative*, 2018

Pengukuran indikator tersebut dilakukan dengan menggunakan pengamatan mengenai ada atau tidaknya suatu *item* informasi yang ditentukan dalam laporan keuangan. Monica dan Susi (2014), apabila *item* informasi tidak ada, maka diberi skor 0, dan jika *item* informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 1. Metode ini sering dinamakan *checklist* data. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Penghitungan Index Luas Pengungkapan CSR (CSRI) menurut Tjia dan Setiawati (2012) sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j} \times 100\%$$

Keterangan:

$CSRDI_j$ = *Corporate Social Responsibility Indeks* Perusahaan

n_j = Jumlah kriteria pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk perusahaan j , $n_j \leq 91$

X_{ij} = 1 jika kriteria diungkapkan; 0 = jika kriteria tidak diungkapkan.

Dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

Tabel 2.2
Kriteria Penilaian CSR

Kriteria	Interval
Sangat rendah	0% - 20%
Rendah	21% - 40%
Sedang	41% - 60%
Tinggi	61% - 80%
Sangat tinggi	81% - 100%

Sumber : *Global Initiative Reporting*, 2018

2.1.1.7 Faktor-faktor Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Bawono (2015), faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR diantaranya:

1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil.

Ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total aktiva, jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar. Pada penelitian ini ukuran perusahaan dinyatakan dengan volume penjualan perusahaan karena menunjukkan seberapa besar minat investor terhadap harga saham yang ditawarkan oleh perusahaan.

Semakin besar jumlah volume penjualan maka semakin besar pula CSR yang harus diungkapkan. Artinya bahwa investor sudah mulai merespon dengan baik informasi-informasi sosial yang disajikan perusahaan dalam laporan tahunan. Semakin luas pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan maka akan memberikan pengaruh terhadap volume perdagangan saham sehingga investor tertarik untuk menginvestasikan dananya di perusahaan.

2. Profitabilitas

Rasio profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen, tapi juga akan memperoleh kekuatan yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Penelitian yang dilakukan Kamil dan Herusetya (2012) berpendapat bahwa tingkat profitabilitas yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan luas.

3. *Leverage*

Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat risiko tak tertagihnya suatu utang. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi menunjukkan bahwa adanya tingkat ketergantungan perusahaan pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri.

Fahrizqi (2010) menjelaskan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang sehingga manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Dengan demikian tingginya nilai *leverage* akan memperkecil pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

4. Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial. Perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial.

2.1.1.8 Manfaat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Lako (2011:23), keuntungan perusahaan menerapkan CSR adalah sebagai berikut:

1. Sebagai investasi atau modal sosial (*social capital*) yang akan menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan dalam jangka panjang;

2. Memperkokoh profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan;
3. Meningkatkan akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditur, pemasok, serta konsumen;
4. Meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi, dan produktivitas karyawan;
5. Menurunnya tingkat kerentanan gejolak sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena merasa diperhatikan dan dihargai perusahaan;
6. Meningkatnya reputasi, *goodwill*, *brand*, dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Sementara itu, menurut Kotler dan Lee (2005) dalam Lako (2011:72), ada enam manfaat bisnis yang dapat diperoleh perusahaan yang melakukan CSR diantaranya:

1. Meningkatkan pengaruh dan image perusahaan;
2. Meningkatkan pangsa pasar dan penjualan;
3. Memperkuat *brand positioning*;
4. Meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan, memotivasi, dan mempertahankan loyalitas para pekerja;
5. Menurunnya biaya operasi;
6. Meningkatkan daya tarik investor, kreditur dan analis keuangan.

2.1.2 Kinerja Lingkungan

2.1.1.1 Pengertian Kinerja Lingkungan

Dalam Undang-Undang RI No. 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup pasal 67, “setiap orang berkewajiban memelihara kelestarian fungsi lingkungan hidup serta mengendalikan pencemaran dan/ atau kerusakan lingkungan hidup”. Pasal 68, “setiap orang yang melakukan usaha dan/ atau kegiatan wajib: (a) memberikan informasi yang terkait dengan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup secara benar, akurat, terbuka dan tepat waktu, (b) menjaga keberlanjutan fungsi lingkungan hidup, dan (c) mentaati ketentuan

tentang baku mutu lingkungan hidup dan / atau kriteria baku kerusakan lingkungan hidup”. Dalam undang-undang tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatannya wajib untuk menjaga dan melestarikan kelangsungan lingkungan hidup.

Berikut ini beberapa pengertian mengenai kinerja lingkungan menurut para ahli:

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 dan target lingkungan.”

Menurut Mazda Eko (2013) bahwa:

“Kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik. Kinerja lingkungan erat kaitannya dengan manajemen lingkungan dimana titik sentral lingkungan adalah manusia. Aktivitas manajemen lingkungan meliputi aktivitas merencanakan, mengorganisasikan, dan menggerakkan sumber daya lain untuk mencapai tujuan kebijakan lingkungan yang telah ditetapkan”.

Sementara itu, menurut Ghaesani (2015), pengertian kinerja lingkungan adalah sebagai berikut:

“Kinerja lingkungan merupakan usaha yang dilakukan oleh perusahaan agar tetap menjaga lingkungan dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat yang tinggal disekitar lingkungan perusahaan”.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kinerja lingkungan adalah hasil yang dicapai oleh perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik sebagai akibat dari pelaksanaan aktivitas operasional perusahaan. Pengelolaan kinerja lingkungan bertujuan untuk memenuhi seluruh peraturan perundangan dan

persyaratan lingkungan secara lengkap dan menyeluruh. Dengan adanya informasi mengenai kinerja lingkungan, perusahaan akan mengungkapkan seberapa besar usaha dalam melaksanakan tanggung jawabnya untuk mengatasi dampak lingkungan yang ditimbulkan. Perusahaan yang melakukan pencemaran dipandang tidak memiliki kinerja lingkungan yang baik dan dapat mengindikasikan ketidakpercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan. Dengan demikian, perusahaan harus tetap menjaga lingkungan hidup di sekitarnya sehingga keberlanjutan perusahaan akan tetap berlangsung dengan baik.

2.1.1.2 Manfaat Kinerja Lingkungan

Menurut Mardikanto (2014:150), perusahaan yang memiliki sistem manajemen kinerja lingkungan dapat membantu menjamin komitmen perusahaan diantaranya:

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 sistem manajemen lingkungan terus menerus sehingga keuntungan ekonomi dapat direalisasikan. Keuntungan tersebut tercermin dari legitimasi yang diberikan oleh *stakeholder*.

2.1.1.3 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 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 (2013) mengemukakan bahwa 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 lingkungan hidup. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan mendapat insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung pada tingkat ketaatannya.

Berdasarkan penjelasan yang dikemukakan oleh Pujiasih (2013), pemberian insentif maupun disinsentif kepada penanggung jawab usaha berupa penghargaan PROPER. Menurut Rigy (2017), pemberian penghargaan PROPER didasarkan pada penilaian kinerja penanggung jawab usaha dalam hal :

- a. Pencegahan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup;
- b. Penanggulangan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup;
- c. Pemulihan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup.

Adapun Kriteria Penilaian PROPER yang lebih lengkap diatur dalam Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup No 5 tahun 2011 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup. Secara umum peringkat kinerja PROPER disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2.3
Kriteria Penilaian Kinerja PROPER

Peringkat	Kriteria	Skor	Keterangan
Emas	Konsisten telah menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi dan jasa, serta melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.	5	Sangat Sangat Baik
Hijau	Melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan dan memanfaatkan sumber daya secara efisien serta melaksanakan tanggung jawab sosial dengan baik.	4	Sangat Baik
Biru	Melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang disyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.	3	Baik
Merah	Melakukan upaya pengelolaan lingkungan tetapi belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam perundang-undangan.	2	Buruk
Hitam	Sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian sehingga mengakibatkan terjadinya pencemaran atau kerusakan lingkungan, serta melakukan pelanggaran peraturan perundangundangan yang berlaku dan/ atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.	1	Sangat Buruk

Sumber: Monica dan Susi (2014)

Dalam publikasi PROPER yang dibuat oleh Kementerian Lingkungan Hidup (2018), aspek penilaian dalam PROPER tersebut difokuskan pada penilaian

ketaatan perusahaan dalam pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, pengelolaan limbah bahan berbahaya dan beracun (B3), kewajiban lain yang terkait dengan analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL), penetapan Sistem Manajemen Lingkungan (SML), konservasi dan pemanfaatan sumber daya, serta kegiatan sosial perusahaan. Peningkatan kinerja pentaatan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan dapat terjadi karena peringkat kinerja PROPER diumumkan kepada publik sehingga mempengaruhi reputasi perusahaan. Para *stakeholder* akan memberikan apresiasi kepada perusahaan yang berperingkat baik dan memberikan tekanan atau dorongan kepada perusahaan yang belum berperingkat baik.

2.1.3 Nilai Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Tujuan keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Sudana, 2011:8). Semakin tinggi nilai perusahaan akan menggambarkan kemakmuran pemilik modal. Nilai perusahaan juga dapat menunjukkan nilai aset seperti surat-surat berharga. Saham merupakan salah satu aset berharga yang dimiliki perusahaan. Menurut Sudana (2011), harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan meningkat. Harga saham dan nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang seberapa baik keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun prospek kedepannya. Oleh sebab itu, peningkatan harga saham mengirimkan sinyal dari investor ke manajer. Manajer puncak yang memiliki saham di perusahaan akan termotivasi untuk meningkatkan nilai pasar

perusahaan. Hal ini akan mengurangi biaya agensi dengan menyelaraskan kepentingan para pemegang saham. Harga saham yang digunakan umumnya mengacu pada harga penutupan (*closing price*) dan merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar modal.

Sudana (2011:8) mengemukakan nilai perusahaan sebagai:

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

Sementara itu, pengertian nilai perusahaan menurut Rodoni dan Herni Ali (2010:4) adalah sebagai berikut:

“Nilai perusahaan adalah nilai pasar hutang ditambah dengan nilai pasar ekuitas. Hutang merupakan sebuah janji dari perusahaan peminjam untuk membayar kembali sejumlah uang pada tanggal tertentu. Klaim hak pemegang saham terhadap nilai perusahaan merupakan nilai sisa setelah hak pemegang surat hutang dibayarkan. Jika nilai perusahaan kurang dari jumlah yang dijanjikan kepada pemegang surat hutang, maka pemegang saham tidak akan mendapat apa-apa”.

Tjia dan Setyawati (2012) menyatakan bahwa:

“Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan para pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat”.

2.1.3.2 Tujuan Memaksimalkan Nilai Perusahaan

Menurut Sudana (2011:8), tujuan normatif suatu perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham, yang dalam jangka pendek bagi perusahaan *go public* tercermin pada harga pasar saham di pasar modal. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan karena:

1. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang;
2. Mempertimbangkan faktor risiko;
3. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas dari pada sekedar laba menurut pengertian akuntansi;
4. Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial.

2.1.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan

Menurut Prasetyorini (2013) ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya:

1. Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat diklasifikasikan dengan melihat total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam mengurangi risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan maka akan dengan mudah dikenal oleh masyarakat yang berarti semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2. *Leverage*

Leverage merupakan suatu alat penting dalam pengukuran efektivitas penggunaan hutang perusahaan. Konsep *leverage* ini penting bagi investor dalam membuat pertimbangan penilaian saham. Para investor umumnya cenderung menghindari risiko keuangan. Pada kondisi ekonomi yang baik, perusahaan dengan porsi penggunaan hutang lebih besar dari modal sendiri mampu menghasilkan laba

lebih besar bagi pemegang saham apabila dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki porsi penggunaan hutangnya lebih kecil dari modal sendiri.

3. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) adalah rasio yang digunakan untuk menilai prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. PER digunakan untuk menilai murah atau mahal nya sebuah saham. Semakin rendah nilai PER maka semakin baik saham tersebut diinvestasikan.

4. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam periode akuntansi. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Dengan meningkatnya laba bersih akan menyebabkan harga saham meningkat.

2.1.3.4 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Salah satu alternatif yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah dengan rasio Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh Profesor James Tobin pada tahun 1967 dan dinilai bisa memberikan informasi paling baik. Hal ini dikarenakan rasio Tobin's Q tidak hanya memasukkan unsur saham biasa saja, namun juga memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan. Dengan melibatkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan maka nilai perusahaan lebih konservatif.

Tobin's Q juga menjelaskan bahwa nilai dari suatu perusahaan merupakan nilai kombinasi dari aktiva berwujud dengan aktiva tak berwujud. Menurut I.R. Dewi (2014), nilai Tobin's Q untuk perusahaan yang rendah yaitu antara 0 sampai 1 menunjukkan bahwa biaya penggantian aktiva perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai pasar perusahaan tersebut. Ini berarti pasar menilai kurang baik pada perusahaan tersebut. Nilai Tobin's Q untuk perusahaan yang memiliki nilai Tobin's Q lebih dari 1 menunjukkan bahwa nilai perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai aktiva perusahaan yang tercatat. Ini berarti masih ada beberapa aktiva perusahaan yang tidak terukur atau tercatat. Semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik.

Menurut Murwaningsari (2009), secara matematis Tobin's Q dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan:

- Q : nilai perusahaan
- EMV (nilai pasar ekuitas) : closing price saham x jumlah saham yang beredar
- D : nilai buku dari total hutang
- EBV : nilai buku dari total asset

Dengan kriteria Penilaian sebagai berikut:

Tabel 2.4
Kriteria Penilaian Nilai Perusahaan

Kriteria	Skor Interpretasi
Undervalued	$Q < 1$
Average	$Q = 1$
Overvalued	$Q > 1$

Sumber : Bambang dan Elen Puspitasari (2010)

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.5
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1.	Gusti Ayu Made, Ervina Rosiana, Gede Juliarsa Dan Maria M. Ratna Sari (Universitas Udayana/2013)	Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi	Independen: Pengungkapan CSR Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Pemoderasi : Profitabilitas	Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
2.	Putu Elia Meilinda Murnita dan I Made Pande Dwiana Putra (Universitas Udayana/2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai	Independen: Pengungkapan CSR Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Pemoderasi :	Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i>

		Variabel Pemoderasi	Profitabilitas, Leverage	(CSR) berpengaruh positif pada nilai perusahaan
3.	Olivia Tjia dan Lulu Setiawati (Pelita Harapan University of Surabaya/2012)	<i>Effect of CSR Disclosure to Value of Firm : Study for Banking Industry in Indonesia</i>	Independen: CSR Disclosure Dependen: Value of Firm	Hasil analisis menunjukkan bahwa CSR Disclosure tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
4.	Mazda Eko Sri Tjahjono (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa/2013)	Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan	Independen: Kinerja Lingkungan Dependen: Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan	Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
5.	Nissa Sabrina Ghaesani (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta/2015)	Pengaruh Pengungkapan CSR, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan.	Independen: Kinerja Lingkungan. Dependen: Nilai Perusahaan	Kinerja lingkungan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
6.	Monica Weni Pratiwi dan Susi Setyoningsih (Universitas Bakrie/2014)	Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> sebagai Variabel Intervening	Independen : Kinerja Lingkungan Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Intervening: <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Hasil penelitian membuktikan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

				melalui <i>corporate social responsibility disclosure</i> .
7.	Perez-Calderon, Milanes-Montero, dan Ortega-Rossell (University of Extremadura, Spain/2012)	<i>Environmental Performance and Firm value: Evidence from Dow Jones Sustainability Index Europe</i>	Independen: <i>Environmental Performance</i> Dependen: <i>Firm Value</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap

Nilai Perusahaan

Beberapa tahun terakhir ini, telah banyak perusahaan yang menyadari pentingnya menerapkan program *corporate social responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnis. Penerapan CSR tersebut semakin mendapatkan perhatian dari kalangan pelaku usaha karena meningkatnya kontrol sosial dan tindakan kritis dari masyarakat.

Pengungkapan CSR merupakan pemberian informasi dan pertanggungjawaban dari perusahaan terhadap *stakeholder*. Hal ini merupakan salah satu cara untuk mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan legitimasi dari *stakeholder* (Kartini, 2013:56). Tumbuhnya kesadaran *stakeholder* tentang peran perusahaan di tengah masyarakat memunculkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan

untuk memberikan tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Kusumadilaga (2011) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan melaksanakan CSR, diantaranya produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari saham yang ditanamkan investor di perusahaan. Dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

Mengingat semakin pentingnya CSR bagi perusahaan, Fajriana dan Priantinah (2016) menjelaskan bahwa penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, tetapi dianggap sebagai investasi perusahaan. Penerapan CSR akan menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Pertumbuhan tersebut menjadikan investor memberikan sinyal positif untuk berinvestasi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Murnita dan Putra (2018) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang diperoleh perusahaan. Pelaksanakan dan pengungkapan CSR akan diapresiasi positif oleh investor yang ditunjukkan dengan peningkatan nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham dan laba perusahaan. Menurut Mazda Eko (2013), perubahan harga saham bergerak sesuai dengan ekspektasi investor, sehingga akan mempengaruhi tingkah laku investor dalam mengambil keputusan

investasi. Keputusan investasi menjadi aspek yang menentukan apakah pemegang saham bersedia untuk berinvestasi dalam perusahaan tersebut atau tidak. Keputusan investasi menjadi faktor penting dalam fungsi keuangan perusahaan dan faktor penentu nilai perusahaan (Riskin Hidayat, 2010). Dengan demikian, aktivitas CSR memiliki pengaruh dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu et *all* (2013) dan Fajriana dan Denies Priantinah (2016) tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.2.2 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja lingkungan merupakan hasil yang dicapai oleh perusahaan atas kepeduliannya terhadap lingkungan di sekitar lokasi perusahaan. Kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan yang mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Tujuan dari penilaian tersebut adalah untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam bidang pengelolaan dan pelestarian lingkungan. Dalam laporan tahunan, Kementerian Lingkungan Hidup menjelaskan bahwa penilaian kinerja penataan perusahaan dalam PROPER dilakukan berdasarkan atas kinerja perusahaan dalam memenuhi berbagai persyaratan yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kinerja lingkungan perusahaan akan tercapai pada level yang tinggi jika perusahaan secara proaktif melakukan berbagai tindakan manajemen lingkungan

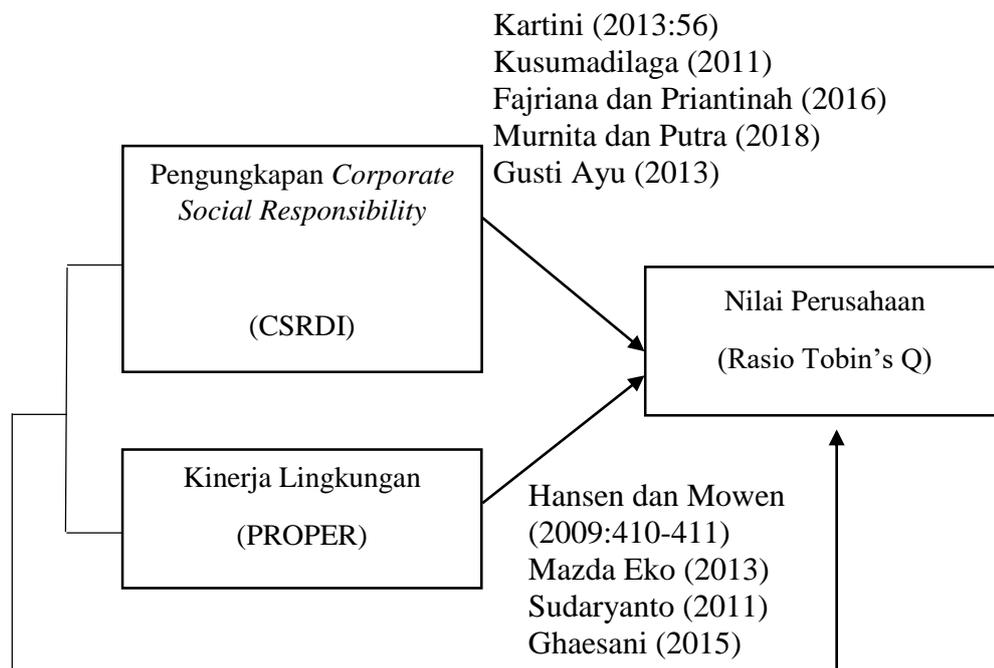
secara terkendali. Dengan adanya tindakan proaktif dalam pengelolaan lingkungan hidup, manajemen perusahaan akan terdorong untuk mengungkapkan tindakan manajemen lingkungan tersebut dalam *sustainability reporting*.

Kepedulian perusahaan dalam bidang manajemen lingkungan dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Perusahaan yang bertanggungjawab pada lingkungan dan memiliki kinerja lingkungan yang baik cenderung memperoleh keuntungan eksternal yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Hansen dan Mowen, 2009: 410-411). Sementara itu menurut Mazda Eko (2013), kegiatan perusahaan dalam pelestarian lingkungan akan mendatangkan sejumlah keuntungan salah satunya menimbulkan ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* lainnya untuk berinvestasi. Perusahaan yang memiliki tingkat kinerja lingkungan yang tinggi akan direspon positif oleh investor melalui naiknya harga saham perusahaan. Sedangkan perusahaan yang mempunyai kinerja lingkungan yang buruk akan berdampak pada penurunan harga saham (Sudaryanto:2011). Begitu juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ghaesani (2015) menunjukkan bahwa investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki *citra/image* baik di masyarakat, karena berdampak pada tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan sehingga dalam jangka panjang penjualan perusahaan akan membaik dan berakibat pada meningkatnya nilai perusahaan. Dengan demikian, kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.2.3 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi (*profit*), sosial (*people*) dan lingkungan hidup (*planet*). Istilah tersebut dikenal dengan *tiple buttom lines* dalam pengungkapan CSR.

Banyak perusahaan yang menyadari pentingnya menerapkan program CSR. Penelitian Monica dan Susi (2014) menunjukkan bahwa salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis, perusahaan berharap bahwa investor akan mempertimbangkan informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan untuk mengambil keputusan. Pengungkapan informasi CSR diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada para investor selain dari laba akuntansi. Agar lebih luas dalam mengungkapkan CSR, perusahaan harus memiliki kinerja lingkungan yang baik. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan memberikan berita baik bagi investor maupun calon investor. Perusahaan mengharapkan investor akan bereaksi positif terhadap itikad baik yang dilakukan perusahaan kepada sosial dan lingkungan sekitar sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:93), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu, rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan penjelasan kajian pustaka dan kerangka pemikiran diatas, maka diperoleh hipotesis penelitian sebagai berikut :

Hipotesis 1 : Terdapat Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

Hipotesis 2 : Terdapat Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan.

Hipotesis 3 : Terdapat Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan.