

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Kinerja Lingkungan

2.1.1.1 Pengertian Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan adalah hasil yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya. Pengkajian kinerja lingkungan didasarkan pada kebijakan lingkungan, sasaran lingkungan dan target lingkungan (ISO 14004 dari ISO 14001 dalam Ikhsan, 2009:308).

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

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

Menurut Suratno (2006) pengertian kinerja lingkungan adalah sebagai berikut:

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

2.1.1.2 Metode Pengukuran Kinerja Lingkungan

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

“Hasil dari suatu penilaian yang sistematis dan didasarkan pada kelompok indikator kinerja kegiatan yang berupa indikator-indikator masukan, keluaran, hasil, manfaat, dan dampak. Pengukuran kinerja dilakukan dengan menggunakan indikator kinerja kegiatan yang dilakukan dengan memanfaatkan data kinerja yang diperoleh melalui data internal yang ditetapkan oleh instansi maupun data eksternal yang berasal dari luar instansi”.

Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) telah menerapkan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Program ini bertujuan mendorong perusahaan taat terhadap peraturan lingkungan hidup dan mencapai keunggulan lingkungan (*environmental excellency*) melalui integrasi prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan dalam proses produksi dan jasa, dengan jalan penerapan sistem manajemen lingkungan, 3R (*reuse, reduce, recycle*), efisiensi energi, konservasi sumberdaya dan pelaksanaan bisnis yang beretika serta bertanggungjawab terhadap masyarakat melalui program pengembangan masyarakat (KLH, 2011).

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

- a) pencegahan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup;
- b) penanggulangan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup; dan

c) pemulihan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup (KLH,2011).

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

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

1. Emas: Sangat baik: skor 5

Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dan proses produksi atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggungjawab terhadap masyarakat.

2. Hijau: sangat baik: 4

Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (*beyond compliance*) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisien dan melakukan upaya tanggung jawab sosial dengan baik.

3. Biru: baik: skor 3

Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

4. Merah: buruk: skor 2

Upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.

5. Hitam: sangat buruk: skor 1

Untuk usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

2.1.2 Profitabilitas**2.1.2.1 Pengertian Profitabilitas**

Menurut Mamduh M. Hanafi (2009:159) mengatakan bahwa:

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut”.

Menurut Agus Sartono (2008:122) menyatakan bahwa:

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba baik dalam hubungannya dengan penjualan, asset maupun laba bagi modal sendiri”.

2.1.2.2 Pengertian Rasio Profitabilitas

Menurut Harjito dan Martono (2011:60) menyatakan bahwa:

“Rasio profitabilitas terdiri dari dua jenis rasio yang menunjukkan laba dalam hubungannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan laba dalam hubungannya dengan investasi”.

Menurut Kasmir (2014:196) menyatakan bahwa:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi”.

Menurut Sudana (2011:22) menyatakan bahwa:

“Profitability ratio mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan”.

Menurut Irham Fahmi (2013:135) menyatakan bahwa:

“Rasio ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan”.

2.1.2.3 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Menurut Kasmir (2014:197), Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Menurut Kasmir (2014:198) manfaat yang diperoleh adalah untuk:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.2.4 Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Menurut Irham Fahmi (2013:135) rasio profitabilitas secara umum ada 4 (empat), yaitu:

1. *Gross Profit Margin*

Rasio *Gross Profit Margin* merupakan margin laba kotor. Mengenai *gross profit margin* Lyn M. Fraser dan Aileen Ormiston memberikan pendapatnya yaitu “Margin laba kotor, yang memperlihatkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur kemampuan sebuah perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan atau biaya perasi barang maupun untuk meneruskan kenaikan harga lewat penjualan kepada pelanggan”.

Rumus rasio *gross profit margin* adalah:

$$\frac{\text{Sales} - \text{Cost of Good Sold}}{\text{Sales}}$$

Keterangan:

- *Cost of Good Sold* = Harga Pokok Penjualan
- *Sales* = Penjualan

2. *Net Profit Margin*

Rasio *net profit margin* disebut juga dengan rasio pendapatan terhadap penjualan. Mengenai profit margin Joel G. Siegel dan Jae K. Shim mengatakan, “(1) Margin laba bersih sama dengan laba bersih dibagi dengan penjualan bersih. Ini menunjukkan kestabilan kesatuan untuk menghasilkan perolehan pada tingkat penjualan khusus. Dengan memeriksa margin laba dan norma industri sebuah perusahaan pada tahun-tahun sebelumnya, kita dapat

menilai efisiensi operasi dan strategi penetapan harga serta status persaingan perusahaan dengan perusahaan lain dalam industri tersebut. (2) Margin laba kotor sama dengan laba kotor dibagi laba bersih. Margin laba yang tinggi lebih disukai karena menunjukkan bahwa perusahaan mendapat hasil yang baik yang melebihi harga pokok penjualan”.

Rumus rasio *net profit margin* adalah:

$$\frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Sales}}$$

Keterangan:

- *Earning After Tax (EAT)* = Laba Setelah Pajak

3. *Return on Investment (ROI)*

Rasio *return on investment (ROI)* atau pengembalian investasi. Rasio ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan asset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan.

Rumus rasio *return on investment* adalah:

$$\frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Assets}}$$

4. *Return on Equity* (ROE)

Rasio *return on equity* (ROE) ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas.

Rumus *return on equity* adalah:

$$\frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Shareholder's Equity}}$$

Keterangan:

- *Shareholder's Equity* = Modal Sendiri

2.1.2.5 Metode Pengukuran Profitabilitas

Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return on Equity* (ROE) yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan (Sudana, 2011:22).

Rasio *return on equity* (ROE) disebut juga dengan laba atas *equity*. Rasio ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas (Irham Fahmi, 2013:137).

Adapun rumus *return on equity* (ROE) adalah:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Shareholders' Equity}}$$

Keterangan:

- *Shareholders' Equity* = Modal Sendiri

Rasio Profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi (Agus Sartono dalam Irham Fahmi, 2010:184). Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Irham Fahmi, 2010:184).

2.1.3 *Leverage*

2.1.3.1 Pengertian *Leverage*

Menurut Agus Sartono (2008:120) menyatakan bahwa:

“*Leverage* menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya”.

Menurut Harjito dan Martono (2011:315) menyatakan bahwa:

“*Leverage* dalam pengertian bisnis mengacu pada penggunaan *asset* dan sumber dana (*sources of funds*) oleh perusahaan dimana dalam penggunaan *asset* atau dana tersebut perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap atau beban tetap.”

2.1.3.2 Pengertian Rasio *Leverage*

Menurut Kasmir (2014:151) menyatakan bahwa:

“Rasio *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya”.

Menurut Sudana (2011:20) menyatakan bahwa:

“Rasio *Leverage* mengukur berapa besar penggunaan utang dalam pembelanjaan perusahaan”.

Menurut Irham Fahmi (2013:127) menyatakan bahwa:

“Rasio *Leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang”.

Menurut Agus Harjito dan Martono (2011:53) menyatakan bahwa:

“*Leverage* yaitu rasio yang mengukur seberapa banyak perusahaan menggunakan dana dari utang (pinjaman).”

2.1.3.3 Tujuan dan Manfaat Rasio *Leverage*

Menurut Kasmir (2014:153) terdapat beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio *leverage*, yaitu:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor);
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang;

5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan pengelolaan aktiva;
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.

Menurut Kasmir (2014:154) manfaat rasio *leverage* adalah:

1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya;
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang;
5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva;
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri.

2.1.3.4 Jenis-jenis Rasio *Leverage*

Menurut Kasmir (2014:155) terdapat beberapa jenis rasio *leverage* yang sering digunakan perusahaan. Adapun jenis-jenis rasio tersebut antara lain:

1. *Debt to Asset Ratio (Debt Ratio)*

Debt Ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

Rumus untuk mencari *debt ratio* sebagai berikut:

$$\text{Debt to asset ratio} = \frac{\text{Total debt}}{\text{Total assets}}$$

2. *Debt to Equity Ratio*

Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan pemegang (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

Rumus untuk mencari *debt to equity ratio* sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal sendiri}}$$

3. *Long Term Debt to Equity Ratio (LTDtER)*

LTDtER merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan.

Rumus untuk mencari *long term debt to equity ratio* sebagai berikut:

$$\text{LTDtER} = \frac{\text{Long term debt}}{\text{Equity}}$$

4. *Times Interest Earned*

Menurut J. Fred Weston *Times Interest Earned* merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga. Rasio ini diartikan oleh James C. Van Horne juga sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar biaya bunga, sama seperti *coverage ratio*.

Rumus untuk mencari *Times Interest Earned* sebagai berikut:

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{EBIT}{\text{Biaya Bunga (Interest)}}$$

5. *Fixed Charge Coverage*

Fixed Charge Coverage atau lingkup biaya tetap merupakan rasio yang menyerupai *Times Interest Earned Ratio*. Hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (*lease contract*). Biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan atau jangka panjang.

Rumus untuk mencari *Fixed Charge Coverage* sebagai berikut:

$$\text{Fixed Charge Coverage} = \frac{EBT + \text{Biaya bunga} + \text{Kewajiban sewa/lease}}{\text{Biaya bunga} + \text{Kewajiban sewa/lease}}$$

2.1.3.5 Metode Pengukuran *Leverage*

Dalam penelitian ini *leverage* diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Bagi bank (kreditor) semakin besar rasio ini, akan semakin tidak menguntungkan karena akan semakin besar risiko yang ditanggung atas kegagalan yang mungkin terjadi diperusahaan. Namun, bagi perusahaan justru semakin besar rasio akan semakin baik. Sebaliknya dengan rasio yang rendah, semakin tinggi tingkat pendanaan yang disediakan pemilik dan semakin besar batas pengamanan bagi peminjam jika terjadi kerugian atau penyusutan terhadap nilai aktiva. (Kasmir, 2014:158).

Adapun rumus *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal sendiri}}$$

2.1.4 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

2.1.4.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

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

“*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan”.

ISO 26000 dalam Rusdianto (2013:7), CSR didefinisikan sebagai:

“Tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang: konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; memperhatikan kepentingan dari para *stakeholder*; sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-

norma internasional; terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa”.

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

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

Menurut Nor Hadi (2011:206) menyatakan bahwa:

“Laporan tanggungjawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggungjawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan (*annual report*) yang dipertanggungjawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi program-program sosial dan lingkungan perseroan yang telah dilaksanakan selama tahun buku terakhir”.

Menurut Gray, dkk (2001) dalam Rakiemah (2009) *CSR Disclosure* didefinisikan sebagai:

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

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

“Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum”.

2.1.4.2 Pengungkapan Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005 dalam Rahmawati, 2012:183).

Pratiwi dan Djamhuri (2004) dalam Rahmawati (2012:183) mengartikan pengungkapan sosial sebagai suatu pelaporan atau penyampaian informasi kepada *stakeholders* mengenai aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya. Hasil penelitian di berbagai negara membuktikan, bahwa laporan tahunan (*annual report*) merupakan media yang tepat untuk menyampaikan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Deegan dalam Rusdianto (2013:44) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan CSR-nya, yaitu:

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

2.1.4.3 Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR)

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

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

2.1.4.4 Teori yang melandasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Disclosure*

Landasan teoritis *social responsibility* terdiri dari:

1. Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat (Nor Hadi, 2011:88).

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik. O'Donovan (2002) dalam Nor Hadi (2011:87) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat sumberdaya bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu "*social contract*" (Lako, 2011:5).

2. Teori *Stakeholder*

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

Teori ini menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup-matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Jika mampu, maka perusahaan bakal meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, serta laba. Dalam perspektif teori *stakeholder*, masyarakat dan lingkungan merupakan *stakeholder* inti perusahaan yang harus diperhatikan (Lako, 2011:5).

3. Teori Kontrak Sosial

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

Keberadaan perusahaan dalam suatu area karena didukung secara politis dan dijamin oleh regulasi pemerintah serta parlemen yang juga merupakan representasi dari masyarakat. Dengan demikian, ada kontrak sosial secara tidak langsung antara perusahaan dan masyarakat dimana masyarakat memberi *cost* dan *benefit* untuk keberlanjutan suatu korporasi. Karena itu, CSR merupakan suatu kewajiban asasi perusahaan yang tidak bersifat suka rela (Lako, 2011:6).

2.1.4.5 Manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

Menurut Rusdianto (2013:13) Aktivitas CSR memiliki fungsi strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam membentuk katup pengaman sosial (*social security*). Dengan menjalankan CSR, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun

juga harus turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan jangka panjang. Adapun manfaat CSR bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu:

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

Keputusan perusahaan untuk melaksanakan CSR secara berkelanjutan, merupakan keputusan yang rasional. Sebab impementasi program CSR akan menimbulkan efek lingkaran emas yang tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, melainkan juga *stakeholder*. Bila CSR mampu dijalankan secara efektif maka dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, melainkan juga bagi masyarakat, pemerintah dan lingkungan (Rusdianto, 2013:13).

2.1.4.6 Indikator *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

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

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

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

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

Tabel 2.1

Indikator Pengungkapan CSR

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

Indikator Kinerja Lingkungan	
Aspek: Material	
EN 1	Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.
EN 2	Persentase Penggunaan Bahan Daur Ulang.
Aspek: Energi	
EN 3	Penggunaan Energi Langsung dari Sumberdaya Energi Primer.
EN 4	Pemakaian Energi Tidak Langsung berdasarkan Sumber Primer.
EN 5	Penghematan Energi melalui Konservasi dan Peningkatan Efisiensi.
EN 6	Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbarui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut.
EN 7	Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.
Aspek: Air	
EN 8	Total pengambilan air per sumber.
EN 9	Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.
EN 10	Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang.
Aspek: Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati)	
EN 11	Lokasi dan Ukuran Tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang diproteksi (dilindungi) atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi.
EN 12	Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas, produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang diproteksi (dilindungi) dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang diproteksi (dilindungi).
EN 13	Perlindungan dan Pemulihan Habitat.
EN 14	Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.
EN 15	Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk dalam Daftar Merah IUCN (<i>IUCN Red List Species</i>) dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah-daerah yang terkena dampak operasi.
Aspek: Emisi, Efluen, dan Limbah	
EN 16	Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.
EN 17	Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat.
EN 18	Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan

	pencapaiannya.
EN 19	Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (ozone-depleting substances/ODS) diperinci berdasarkan berat.
EN 20	NO, SO, dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan jenis dan berat.
EN 21	Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan.
EN 22	Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan.
EN 23	Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan.
EN 24	Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut Lampiran Konvensi Basel I, II, III dan VIII, dan persentase limbah yang diangkut secara internasional.
EN 25	Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor.
Aspek: Produk dan Jasa	
EN 26	Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
EN 27	Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.
Aspek: Kepatuhan	
EN 28	Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.
Aspek: Transportasi	
EN 29	Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.
Aspek: Keseluruhan	
EN 30	Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan menurut jenis.
Indikator Kinerja Praktek Kerja & Kelayakan Kerja	
Aspek: Pekerjaan	
LA 1	Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.
LA 2	Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.
LA 3	Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.
Aspek: Tenaga Kerja/Hubungan Manajemen	
LA 4	Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.
LA 5	Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting,

	termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.
Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Kerja	
LA 6	Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.
LA 7	Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.
LA 8	Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.
LA 9	Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.
Aspek: Pelatihan & Pendidikan	
LA 10	Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.
LA 11	Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menjangkau kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.
LA 12	Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.
Aspek: Keberagaman & Kesempatan yang sama	
LA 13	Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.
LA 14	Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.
Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia	
Aspek: Investasi & Praktek Pengadaan	
HR 1	Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/ filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.
HR 2	Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/ filtrasi atas aspek HAM.
HR 3	Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.
Aspek: Non-Diskriminasi	
HR 4	Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang

	diambil/dilakukan.
Aspek: Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul	
HR 5	Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diteridentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
Aspek: Pekerja Anak	
HR 6	Kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.
Aspek: Kerja Paksa dan Kerja Wajib	
HR 7	Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.
Aspek: Praktik Keamanan	
HR 8	Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi.
Aspek: Hak Penduduk Asli	
HR 9	Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.
Indikator Kinerja Masyarakat	
Aspek: Komunitas	
SO 1	Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.
Aspek: Korupsi	
SO 2	Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.
SO 3	Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.
SO 4	Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
Aspek: Kebijakan Publik	
SO 5	Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.
SO 6	Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
Aspek: Perlakuan Tidak Bersaing	
SO 7	Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.
Aspek: Kepatuhan	

SO 8	Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.
Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk	
Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	
PR 1	Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut.
PR 2	Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.
Aspek: Pemberian Label Produk & Jasa	
PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
PR 4	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.
PR 5	Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.
Aspek: Komunikasi Pemasaran	
PR 6	Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan voluntary codes yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship.
PR 7	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.
Aspek: Privasi Pelanggan	
PR 8	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.
Aspek: Kepatuhan	
PR 9	Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.

Sumber: *Global Reporting Index*

Item-item pengungkapan *corporate social responsibility* tersebut diukur dengan menggunakan CSR Index, yang di ungkapkan Haniffa et al (2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007), dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

n_j : jumlah *item* untuk perusahaan j, $n_j \leq 79$

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

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* yaitu:

Tabel 2.2

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel, Objek dan Periode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Aldilla Noor Rakiemah, dian Agustia (2009)	Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap CSR <i>Disclosure</i> dan Kinerja Finansial	<p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - CSR <i>Disclosure</i> (Pedoman indikator GRI). - Kinerja Finansial (Return Saham) <p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kinerja Lingkungan (PROPER) 	<p>Kinerja Lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap <i>CSR Disclosure</i>.</p> <p>Kinerja Lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Finansial.</p> <p>CSR <i>Disclosure</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Finansial.</p> <p>CSR <i>Disclosure</i> dapat</p>

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel, Objek dan Periode Penelitian	Hasil Penelitian
			<p>Objek Penelitian:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 16 Perusahaan manufaktur di BEI yang telah mengikuti PROPER <p>Periode penelitian:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tahun 2004 hingga 2006 	berfungsi sebagai variabel intervening dalam pengaruh tidak langsung kinerja lingkungan terhadap kinerja finansial.
2.	Virgiawan Aditya Permana dan Raharja (2012)	Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan terhadap CSR <i>Disclosure</i> (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI)	<p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - CSR <i>Disclosure</i> <p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kinerja Lingkungan - <i>Size</i> - Profitabilitas - <i>Profil</i> - Jumlah Anggota Dewan Komisaris - <i>Leverage</i> <p>Objek Penelitian:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 159 Perusahaan manufaktur di BEI <p>Periode penelitian:</p> <p>Tahun 2008-2006</p>	<p>Kinerja Lingkungan, <i>Size</i>, Profitabilitas, dan <i>Profil</i> berpengaruh terhadap CSR <i>Disclosure</i>.</p> <p>Ukuran Dewan Komisaris dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap CSR <i>Disclosure</i>.</p>
3.	Rita Anugerah, Roland Hutabarat, dan W.faradilla (2010)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan manufaktur yang Listing di BEI	<p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan <p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ukuran perusahaan - <i>Leverage</i> - Profitabilitas <p>Objek Penelitian:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 11 Perusahaan manufaktur di BEI <p>Periode penelitian:</p> <p>Tahun 2005-2007</p>	<p>Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</p> <p><i>Leverage</i> berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</p> <p>Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</p>
4.	Maria Wijaya (2012)	Faktor-faktor yang mempengaruhi	<p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengungkapan 	<p>Ukuran Dewan Komisaris, <i>Leverage</i>,</p>

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel, Objek dan Periode Penelitian	Hasil Penelitian
		Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<p>tanggung Jawab Sosial Perusahaan</p> <p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Dewan Komisaris - <i>Leverage</i> - Ukuran perusahaan - Profitabilitas - Kinerja Lingkungan <p>Objek Penelitian:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perusahaan manufaktur di BEI <p>Periode penelitian: Tahun 2008-2010</p>	<p>Profitabilitas, dan Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</p> <p>Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</p>
5.	Eddy Rismanda Sembiring (2005)	Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial (Studi Empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta)	<p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengungkapan tanggung Jawab Sosial Perusahaan <p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Size</i> - Profitabilitas - <i>Profile</i> - Ukuran Dewan Komisaris - <i>Leverage</i> <p>Objek Penelitian:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 78 Perusahaan yang tercatat (<i>go-public</i>) di BEJ yang tercantum dalam <i>Indonesian Capital Market Directory</i> 2002. 	<p>Size, Profile, dan Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.</p> <p>Profitabilitas dan Leverage berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial.</p>

Faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Disclosure suatu perusahaan sangatlah beragam, sebagaimana dikemukakan oleh

beberapa peneliti terdahulu. Tetapi dalam beberapa hal, hasil dari penelitian tersebut berbeda dan belum konsisten meskipun mengukur hal yang sama.

2.2 Kerangka Pemikiran

Praktik pengungkapan CSR memainkan peran penting bagi perusahaan. Karena perusahaan berada dalam lingkungan masyarakat dan kemungkinan aktivitasnya memiliki dampak sosial dan lingkungan. Dengan adanya pengungkapan CSR, diharapkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan serta dukungan dari *stakeholder* agar dapat mendukung perusahaan dalam pencapaian tujuan, yaitu stabilitas dan jaminan *going concern* (Rusdianto, 2013:44).

2.2.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap CSR Disclosure

Kartini (2013:56) menyatakan bahwa perusahaan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan akan melakukan pengungkapan informasi sebagai bentuk komunikasi dan bentuk pertanggungjawaban guna memperoleh, mempertahankan dan atau meningkatkan legitimasi dari *stakeholder* sehingga perusahaan dapat bertahan hidup. Dengan kata lain semakin baik kinerja lingkungan perusahaan maka akan semakin tinggi nilai *corporate social responsibility disclosure* nya.

Menurut Verrecchia (1983) dalam Rakiemah (2009) dengan *discretionary disclosure* teorinya mengatakan pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan performance mereka berarti menggambarkan *good news*

bagi pelaku pasar. Oleh karena itu, perusahaan dengan *environmental performance* yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih dibandingkan dengan perusahaan dengan *environmental performance* lebih buruk.

Penerapan CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari tata kelola perusahaan yang baik. Bagi masyarakat, praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Bagi lingkungan, praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan (Rusdianto, 2013:13). Bagi perusahaan, citra dan reputasi yang baik akan meningkatkan penilaian dan menjadikan perusahaan sebagai *partner* yang berkelanjutan bagi *stakeholder* dan publiknya. Bisa dikatakan, bahwa citra adalah sesuatu yang sangat dibutuhkan dalam mencapai tujuan perusahaan baik dimasa sekarang, maupun dimasa yang akan datang (Rusdianto, 2013:56).

Penelitian yang dilakukan oleh Rakiemah (2009), Permana dan Raharja (2012) menemukan hubungan yang positif signifikan secara statistik antara Kinerja Lingkungan dengan pengungkapan lingkungan (*CSR disclosure*). Tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012) menemukan bahwa Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2.2.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap CSR Disclosure

Ghozali dan Chariri (2007:403) menyatakan bahwa kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, praktik pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Pengungkapan sosial dan lingkungan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan baik dalam pengaruh yang baik atau pengaruh yang buruk.

Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti pertumbuhan tingkat profitabilitas yang semakin tinggi dan berkesinambungan mendorong perusahaan untuk semakin luas mengungkapkan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan untuk menunjukkan kinerja perusahaan yang baik (Heinze, 1976 dalam Permana dan Raharja, 2012).

Donovan dan Gibson (2000) dalam Rusdianto (2013:45) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

Beberapa hasil kajian termasuk oleh ekonom terkemuka Michael Porter (*The Competitive Advanteg of Corporate Philantropy*) menunjukkan adanya korelasi positif antara profit dan CSR, atau tujuan finansial dan tujuan sosial perusahaan. Perusahaan yang mencatat laba tertinggi adalah para pionir dalam CSR (Untung, 2010:29).

Penelitian yang dilakukan oleh Permana dan Raharja (2010), Anugerah, dkk. (2010) menemukan hubungan yang positif signifikan antara Profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012), Sembiring (2005) menemukan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2.2.3 Pengaruh *Leverage* terhadap *CSR Disclosure*

Rasio leverage adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut (Irham Fahmi, 2010:180).

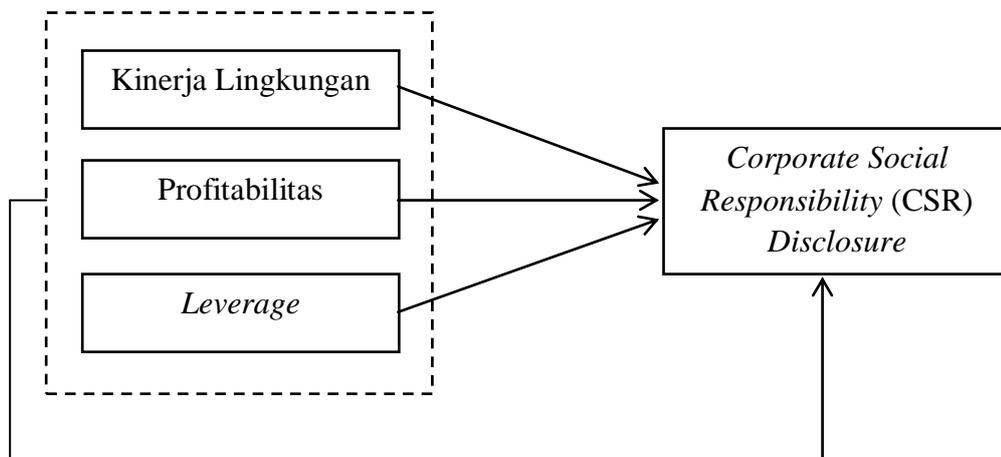
Scott (2000:170) dalam Wijaya (2012) menyampaikan pendapat yang menyatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit

mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan).

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Rusdianto (2013:46) menjelaskan bahwa keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Penelitian yang dilakukan oleh Anugerah, dkk. (2010) menemukan bahwa tingkat *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Virgiawan dan Raharja (2010), Wijaya (2012), Sembiring (2005) menemukan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan kajian pustaka, maka variabel terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka serta beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti mengindikasikan Kinerja Lingkungan, Profitabilitas, dan *Leverage* sebagai variabel independen serta *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* sebagai variabel dependen. Berikut hipotesis sementara dari penelitian ini adalah:

H_1 : Terdapat Pengaruh Signifikan Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*.

H_2 : Terdapat Pengaruh Signifikan Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*.

H_3 : Terdapat Pengaruh Signifikan *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*.

H_4 : Terdapat Pengaruh Signifikan Kinerja Lingkungan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*.