

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Corporate Social Responsibility Disclosure*

2.1.1.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Sebelum kepada pembahasan mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, penulis akan terlebih dahulu membahas tentang *Corporate Social Responsibility* adalah tanggung jawab perusahaan terhadap tindakan yang mempengaruhi orang, masyarakat, dan lingkungan pada umumnya. *Corporate social responsibility* merupakan komitmen keberlanjutan dalam memberikan dampak positif bagi masyarakat dimana perusahaan berada dalam kegiatan bisnis untuk menyeimbangkan tanggung jawab perusahaan dalam menghasilkan keuntungan tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Pelaksanaan *corporate social responsibility* oleh perusahaan kemudian dilaporkan melalui mekanisme pengungkapan tanggung jawab sosial, pengungkapan CSR akan diterbitkan melalui laporan tahunan atau laporan sosial tersendiri dalam bentuk *sustainability report* (Dewi and Dewi 2017).

Corporate social responsibility dikemukakan oleh para ahli yang berbeda-beda, sesuai dengan sudut pandang dan pemahaman masing-masing. Namun perlu dikemukakan beberapa definisi definisi dan kajian mengenai *corporate social responsibility* (CSR)

Menurut Ahmad Lamo Said (2018:23) *Corporate social responsibility* adalah :

“upaya dari perusahaan untuk menaikkan citranya di mata *public* dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internak. Program eksternal dengan menjalankan kemitraan (*partnership*) dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Sedangkan secara internal maupun berproduksi dengan baik mencaapi profit yang maksimal dan mensejahterakan karyawannya.”

Menurut Lela Nurlaela (2019:11) *Corporate social responsibility* adalah:

“komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kuitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umunya. Dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip sukarela dan kemitraan.”

Menurut Agus Rusmana, et al (2019:72) *Corporate social responsibility* adalah:

“Bentuk komitmen perusahaan terhadap pemangku kepentingan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan meningkatkan kualitas lingkungan dan juga kesejahteraan masyarakat dengan mempertimbangkan dampak negatif yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan derajat kesejahteraan masyarakat dalam bakti sosial dan lingkungan.

Menurut (Oliver van Heel, iema.net, 2004) *Corporate social responsibility* adalah:

“Suatu pendekatan bisnis yang menciptakan nilai pemangku kepentingan dengan merangkum semua peluang dan mengelola semua risiko yang dihasilkan dari kegiatan pembangunan ekonomi, lingkungan dan sosial.”

Menurut *World Business Council for Sustainable Development 2002 (WBCSD)*

Corporate Social Responsibility adalah:

“Komitmen bisnis yang berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, berikut komunitas-komunitas setempat (lokal), masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.”

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate social responsibility* adalah suatu komitmen bisnis dan upaya yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan dengan memperhatikan kepentingan *stakeholders* baik masyarakat dan kualitas lingkungan sekitarnya secara langsung maupun tidak langsung dengan harapan agar memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat sekitar.

2.1.1.2 Pengertian *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Menurut Hery (2012:143) pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut:

“Pengungkapan CSR yang seiring juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting* atau *social accounting* merupakan proses pengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.”

Pratiwi dan Djamhuri (2004) dalam Almar, Multafia, Rachmawati Rima (2012:183) mendefinisikan pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut :

“Pengungkapan sosial sebagai suatu pelaporan atau penyampaian informasi kepada *stakeholders* mengenai segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya.”

Kewajiban mengungkapkan kegiatan CSR perusahaan dalam annual report perusahaan tercantum dalam pasal 66 ayat (2) dalam Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas:

Laporan tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memuat sekurang-kurangnya:

- a. laporan keuangan yang terdiri atas sekurang-kurangnya neraca akhir tahun buku yang baru lampau dalam perbandingan dengan tahun buku sebelumnya, laporan laba rugi dari tahun buku yang bersangkutan, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas, serta catatan atas laporan keuangan tersebut;
- b. laporan mengenai kegiatan perseroan;
- c. laporan pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan;
- d. rincian masalah yang timbul selama tahun buku yang mempengaruhi kegiatan usaha perseroan;
- e. laporan mengenai tugas pengawasan yang telah dilaksanakan oleh Dewan Komisaris selama tahun buku yang lampau;
- f. nama anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris;
- g. gaji dan tunjangan bagi anggota Direksi dan gaji atau honorarium dan tunjangan bagi anggota Dewan komisaris Persoran untuk tahun yang baru lampau.

2.1.1.3 Faktor –faktor *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Menurut 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 rasionalisme ekonomi.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
4. Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman.
5. Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
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.

2.1.1.4 Manfaat Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*

Terdapat manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan *Corporate social responsibility*, baik bagi perusahaan, bagi masyarakat, bagi lingkungan dan pemangku kepentingan lainnya, manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan *Corporate social responsibility* menurut Wibisono (2007:99) diantaranya;

1. Bagi Perusahaan

- a. Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas.
- b. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*).
- c. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya yang berkualitas.
- d. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hak-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*);

2. Bagi masyarakat

Praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai tambah adanya perusahaan disuatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktek CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya tersebut;

3. Bagi lingkungan

Praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya;

4. Bagi negara

Praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut dengan “*corporate misconduct*” atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan,

2.1.1.3 Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Dalam bisnis apapun yang diharapkan adalah keberlanjutan dan kesetabilan usaha, karena keberlanjutan akan mendatangkan keuntungan yang sebesar-besarnya bagi perusahaan. Menurut Rahmatullah dan Trianita (2011:6-7) Tujuan *Corporate social responsibility* setidaknya terdapat tiga alasan penting mengapa dunia usaha harus merespon CSR agar sejalan dengan jaminan keberlanjutan operasional perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan mesti menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya imbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, disamping

sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidak nyamanan (*discomfort*) pada masyarakat.

2. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbolis mutualisme untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Wajar bila perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan,
3. Kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindarkan konflik sosial. Potensi konflik itu berasal akibat dari dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.

2.1.1.4 Konsep *Corporate Social Responsibility*

Konsep *Corporate social responsibility* perusahaan mengacu pada konsep *Triple Bottom Line* yang sering disingkat 3P yakni *Profit*, *People* dan *Planet* begitu populer sehingga banyak yang menjadi acuan hingga ke masa sekarang. John Elkington memberikan pandangan baru kepada perusahaan bahwa perusahaan yang baik tidak hanya mengejar keuntungan (*Profit*) namun juga harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*People*) dan turut serta menjaga kelestarian lingkungan (*Planet*). Perusahaan tidak dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi financial-nya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan Wibisono (2007:33). Ketiga aspek tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. *Profit* (keuntungan)

Profit Merupakan unsur terpenting dan menjadi pusat tujuan dari setiap kegiatan usaha. *Profit* sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan aktivitas yang dapat ditempuh unruk mendongkrak profit antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusajaan mempunya keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin.

2. *People* (Masyarakat atau Pemangku Kepentingan)

Menyadari bahwa masyarakat merupakan *stakeholder* penting bagi perusahaan karena dukungan mereka terutama masyarakat sekitar perusahaan sangat diperlukan bagi keberadaan kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan, maka sebagian itu yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada mereka. Selain itu, perlu didasari bahwa perusahaan yang beroperasi berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat sekitar, karenanya perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiata yang menyentuh kebutuhn masyarakat.

3. *Planet* (Lingkungan)

Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah sebab akibat, di mana jika kita merawat lingkungan, maka lingkunganpun akan memberikan manfaat kepada kita sebaliknya, jika kita merusaknya, maka kita akan menerima

akibatnya. Namun sebagian dari kita masih kurang peduli terhadap lingkungan sekitar, hal ini disebabkan karena tidak ada keuntungan langsung didalamnya. Maka kita melihat banyak pelaku industri yang hanya mementingkan bagaimana menghasilkan uang sebanyak-banyaknya tanpa melakukan upaya apapun untuk melestarikan lingkungan. Padahal, dengan melestarikan lingkungan, mereka justru akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari sisi kesehatan, kenyamanan, disamping ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya.

2.1.1.5 Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Ranah tanggung jawab sosial (*Corporate social responsibility*) mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks. Di samping itu, tanggung jawab *corporate social responsibility* mengandung dimensi yang berbeda, terutama dikaitkan dengan kepentingan pemangku kepentingan (*Stakeholder*). Karena itu dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan, banyak ahli mencoba menggaris bawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab CSR.

Crowther David (2008:201) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab *Corporate social responsibility* menjadi tiga, antara lain yaitu:

1. *Sustainability*

Berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan

kemampuan generasi masa depan. Karena itu *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa yang akan datang.

2. *Accountability*

Merupakan upaya perusahaan dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal maupun eksternal Crowther David (2008:203). Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan. Tingkat keluasan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial maupun ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggung jawab perusahaan menentukan legitimasi *stakeholder* eksternal, serta meningkatkan transaksi saham perusahaan.

3. *Transparancy*

Merupakan prinsip paling penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal.

2.1.1.6 Metode Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Pengukuran variabel *Corporate social responsibility* menggunakan indeks GRI standar (*Global Reporting Initiatives*) yang diperoleh dari website www.globalreporting.org indikator GRI terdiri dari 3 fokus utama dalam pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai dasar *sustainability*

reporting. Indikator standar GRI dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan dunia.

Terdapat indikator baru dari GRI, yaitu *GRI-standars* merupakan indikator terbaru yang di rilis di Indonesia pada 1 Juli 2018. Dalam standar GRI opsi inti terdiri dari 113 item yang harus diungkapkan dalam laporan tahunan maupun laporan berkelanjutan yang mencakup, sebagai berikut:

1. GRI 102 tentang pengungkapan umum yang terdiri dari 33 item pengungkapan dari 56 komponen pengungkapan.
2. GRI 103 tentang pendekatan manajemen yang terdiri dari 3 item pengungkapan.
3. GRI 200 tentang aspek ekonomi yang terdiri dari 13 item pengungkapan.
4. GRI 300 tentang aspek lingkungan yang terdiri 30 item pengungkapan.
5. GRI 400 tentang aspek sosial yang terdiri dari 34 item pengungkapan.

Berikut indikator GRI-standars dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 2.1
Indikator berdasar GRI-standards

No Pengungkapan	DESKRIPSI
GRI 102: STANDAR UMUM (2016)	
102-1	Nama Organisasi
102-2	Aktivitas, merek, produk dan layanan
102-3	Lokasi kantor pusat
102-4	Lokasi Operasi
102-5	Kepemilikan dan formulir hukum
102-6	Pasar yang dilayani
102-7	Skala organisasi
102-8	Informasi tentang karyawan dan pekerja lainnya
102-9	Rantai pasokan

No Pengungkapan	DESKRIPSI
102-10	Perubahan signifikan pada organisasi dan rantai pasokannya
102-11	Prinsip Pencegahan atau pendekatan
102-12	Inisiatif eksternal
102-13	Keanggotan Asosiasi
102-14	Pernyataan dari pengambil keputusan senior
102-16	Nilai, prinsip, standar, dan norma perilaku
102-18	Struktur tata kelola
102-40	Daftar kelompok pemangku kepentingan
102-41	Perjanjian perundingan kolektif
102-42	Mengidentifikasi dan memilih pemangku kepentingan
102-43	Pendekatan terhadap keterlibatan pemangku kepentingan
102-44	Topik utama dan masalah yang dikemukakan
102-45	Entitas yang termasuk dalam laporan keuangan dikonsolidasi
102-46	Menetapkan isi laporan dan batasan topik
102-47	Daftar topik material
102-48	Penyajian kembali informasi
102-49	Perubahan dalam pelaporan
102-50	Periode pelaporan
102-51	Tanggal laporan baru
102-52	Siklus pelaporan
102-53	Titik kontak untuk pertanyaan mengenai pelaporan
102-54	Klaim bahwa pelaporan sesuai dengan Standar GRI
102-55	Indeks isi GRI
102-56	<i>Assurance</i> oleh pihak eksternal
GRI 103-PENDEKATAN MANAJEMEN (2016)	
103-1	Penjelasan topik material dan bahasannya
103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya
103-3	Evaluasi pendekatan manajemen
GRI 201-KINERJA EKONOMI (2016)	
201-1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
201-2	Implikasi finansial serta risiko dan peluang lain akibat dari perubahan iklim
201-3	Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya
201-4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
GRI 202-KEBERADAAN PASAR (2016)	
202-1	Rasio standar upah karyawan entry-level

No Pengungkapan	DESKRIPSI
	berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional
202-2	Proporsi manajemen senior yang berasal dari masyarakat lokal
GRI 203-DAMPAK EKONOMI TIDAK LANGSUNG (2016)	
203-1	Investasi insfratraktur dan dukungan layanan
203-2	Dampak ekonomi tidak langsung yang sigfnifikan
GRI 204- PRAKTIK PENGADAAN (2016)	
204-1	Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal
GRI 205-ANTI KORUPSI (2016)	
205-1	Operasi-operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi
205-2	Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur anti- korupsi
205-3	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
GRI 206- PERILAKU ANTI-PERSAINGAN	
206-1	Langkah-langkah hukum untuk perilaku anti persaingan, praktik anti trust dan monopoli
GRI 301- MATERIAL	
301-1	Material yang digunakan berdasarkan berat dan volume
301-2	Material input dari daur ulang yang digunakan
301-3	Produk reclaimed dan material kemasannya
GRI 302- ENERGI (2016)	
302-1	Konsumsi energi di dalam organisasi
302-2	Konsumsi energi di luar organisasi
302-3	Intensitas energi
302-4	Pengurangan konsumsi energi
302-5	Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa
GRI 303- AIR DAN EFLUEN (2018)	
303-1	Pengambilan air
303-2	Pembuangan air
303-3	Konsumsi air
GRI 304-KEANEKARAGAMAN HAYATI (2016)	
304-1	Lokasi operasional yang dimiliki,disewa, dikelola, atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan

No Pengungkapan	DESKRIPSI
	dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
304-2	Dampak signifikan dari kegiatan, produk, dan jasa pada kegiatan keanekaragaman hayati
304-3	Habitat yang dilindungi atau direstorasi
304-4	Spesies Daftar Merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi
GRI 305-EMISI (2016)	
305-1	Emisi GRK (cakupan 1) langsung
305-2	Emisi energi GRK (cakupan 2) tidak langsung
305-3	Emisi GRK (cakupan 3) tidak langsung lainnya
305-4	Intensitas emisi GRK
305-5	Pengurangan emisi GRK
305-6	Emisi zat perusak ozon (ODS)
305-7	Nitrogen oksida (NO ₂), Sulfur Oksida (SO ₂), dan emisi udara yang signifikan lainnya
GRI 306- AIR LIMBAH (EFLUEN) DAN LIMBAH (2016)	
306-1	Pelepasan air berdasarkan kualitas dan tujuan
306-2	Limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
306-3	Tumpahan yang signifikan
306-4	Pengangkutan limbah berbahaya
306-5	Badan air yang dipengaruhi pelepasan dan/atau limpahan air
GRI 307- KEPATUHAN LINGKUNGAN (2016)	
307-1	Ketidapatuhan terhadap undang-undang dan peraturan tentang lingkungan hidup
GRI 308-PENILAIAN LINGKUNGAN PEMASOK (2016)	
308-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan
308-2	Dampak lingkungan negatif dalam rantai pemasokan dan tindakan yang telah diambil
GRI 401- KEPEGAWAIAN (2016)	
401-1	Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan
401-2	Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu
401-3	Cuti melahirkan

No Pengungkapan	DESKRIPSI
GRI 402- HUBUNGAN TENAGA KERJA/MANAJEMEN (2016)	
402-1	Periode pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional
GRI 403-KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA (2018)	
403-1	Pencegahan dan mitigasi dampak dari keselamatan dan kesehatan yang secara langsung terkait hubungan bisnis
403-2	Pekerja yang tercakup dalam sistem manajemen keselamatan kerja
403-3	Kecelakaan kerja
403-4	Penyakit akibat kerja
GRI 404- PELATIHAN DAN PENDIDIKAN (2016)	
404-1	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan
404-2	Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan pelatihan
404-3	Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier
GRI 405- KEANEKARAGAMAN DAN KESEMPATAN SETARA (2016)	
405-1	Keaneekaragaman badan tata kelola dan karyawan
405-2	Rasio gaji pokok dan remunasi perempuan dibandingkan laki-laki
GRI 406- NON-DISKRIMINASI (2016)	
406-1	Insiden diskriminasi dan tindakan yang dilakukan
GRI 407- KEBEBASAN BERSERIKAT DAN PERUNDINGAN KOLEKTIF (2016)	
407-1	Operasi dan pemasok di mana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko
GRI 408-PEKERJA ANAK (2016)	
408-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak
GRI 409- KERJA PAKSA ATAU WAJIB KERJA (2016)	
409-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja
GRI 410 PRAKTIK KEAMANAN (2016)	
410-1	Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
GRI 411- HAK-HAK	

No Pengungkapan	DESKRIPSI
MASYARAKAT ADAT (2016)	
411-1	Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat
GRI 412- PENILAIAN HAK ASASI MANUSIA (2016)	
412-1	Operasi-operasi yang telah melewati tinjauan hak asasi manusia dan penilaian dampak
412-2	Pelatihan karyawan mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
412-3	Perjanjian dan kontrak investasi signifikan yang memasukkan klausul-klausul hak asasi manusia atau yang telah melalui penyaringan hak asasi manusia
GRI 413-MASYARAKAT LOKAL (2016)	
413-1	Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak, dan program pengembangan
413-2	Operasi yang secara aktual dan yang berpotensi memiliki dampak negatif signifikan terhadap masyarakat lokal
GRI 414- PENILAIAN SOSIAL PEMASOK (2016)	
414-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial
414-2	Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
GRI 415-KEBIJAKAN PUBLIK (2016)	
415-1	Kontribusi politik
GRI 416- KESEHATAN DAN KESELAMATAN DAN PELANGGAN (2016)	
416-1	Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa
416-2	Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa
GRI 417-PEMASARAN DAN PELABELAN (2016)	
417-1	Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa
417-2	Insiden ketidakpatuhan terkait pelabelan dan informasi produk dan jasa
417-3	Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran
GRI 418- PRIVASI PELANGGAN (2016)	

No Pengungkapan	DESKRIPSI
418-1	Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
GRI 419-KEPATUHAN SOSIAL EKONOMI (2016)	
419-1	Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan di bidang sosial dan ekonomi

Sumber : www.globalreportingorg.com

Pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan score untuk setiap perusahaan (Haniffa et al, 2005). Berikut rumus untuk mendapatkan nilai CSRI sebagai berikut:

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

Keterangan:

$CSRI_j$: Indeks pengungkapan *Corporate social responsibility*

N_j : Jumlah indikator GRI *standars* (113 Item)

$\sum X_{ij}$: dummy variable: 1= jika item I diungkapkan; 0= jika item tidak diungkapkan

2.1.2 Profitabilitas

2.1.2.1 Definisi Profitabilitas

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yakni untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Keuntungan itu dipergunakan untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan seperti pembiayaan operasional, kesejahteraan pemilik, karyawan, serta pemegang saham atau untuk melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dituntut agar mampu memenuhi target dan tujuan yang telah ditetapkan (Heldan Reynaldi, 2021). Profitabilitas merupakan faktor yang perlu diperhatikan dikarenakan untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Menurut Agus Sartono (2010:122), profitabilitas adalah:

“Suatu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri .”

Menurut Pramuka (2010), profitabilitas adalah:

“Profitabilitas mempunyai arti yang lebih berharga dari pada laba karena profitabilitas menunjukkan ukuran efisiensi kinerja perusahaan yaitu dengan membandingkan laba yang didapat dengan kekayaan atau modal yang dihasilkan dari laba tersebut.”

Sedangkan Kamsir (2012:19), profitabilitas adalah:

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan.”

Menurut Martono (2012:19), profitabilitas adalah:

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut.”

Menurut Hanafi (2012:81), profitabilitas adalah:

“Profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan aset, dan modal saham yang tertentu.”

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, samapai pada pemaham penulis Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan mennggunakan sumber daya perusaan seperti aset, penjualan dan juga modal.

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Rasio profitabilitas memil iki tujuan dan manfaat yang tidak hanya diperuntukan bagi manajemen perusahaan tetapi juga bagi pihak-pihak diluar perusahaan yang memiliki kepentingan. Dengan adanya rasio profitabilitas, pihak pihak tersebut dapat mendapatkan informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan

Tujuan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun pihak luar menurut Kamsir (2012:197) tujuan rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengukur dan menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perushaan 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 dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Sedangkan manfaat yang diperoleh rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun pihak luar perusahaan menurut Kamsir (2012:198)adalah :

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 maupun modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjama maupun modal sendiri.

2.1.2.3 Jenis-jenis Profitabilitas

Terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan. Masing-masing rasio profitabilitas digunakan untuk menilai serta mengukur posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu atau untuk beberapa periode. Menurut Kamsir (2015:199) dalam praktiknya, jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah

1. *Profit Margin On Sale*

Profit Margin on Sale atau Rasio Margin atau Margin laba atas penjualan, merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin. Rumusnya sebagai berikut:

$$\textit{Profit Margin on Sale} = \frac{\textit{Laba Setelah Pajak}}{\textit{Penjualan}}$$

2. *Return on Investment*

Hasil pengembalian investasi atau lebih dikenal dengan *Return on Investment* (ROI) atau *Return on Total Assets*, merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam

perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

3. *Return on Equity*

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return on Equity* (ROE) atau modal sendiri, merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

4. Laba Per Lembar Saham (*Earning Per Share*)

Rasio per lembar saham (*Earning Per Share*) atau disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang semakin tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Earning Per Share} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa yang Beredar}}$$

2.1.2.4 Metode Pengukuran Profitabilitas

Menurut Hanafi (2012:81) mengemukakan 3 (tiga) cara pengukuran rasio profitabilitas yaitu:

1. *Profit Margin*

Profit margin adalah rasio yang digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini bisa dilihat secara langsung pada analisis common size untuk laporan laba-rugi (baris paling akhir). Rasio ini bisa diinterpretasikan juga sebagai kemampuan perusahaan menentukan biaya-biaya (ukuran efisiensi) di perusahaan pada periode tertentu. Rasio profit margin bisa dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

2. *Return on Equity (ROE)*

Return on Equity (ROE) rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Rasio ROE bisa dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

3. *Return on Asset (ROA)*

Return on Asset (ROA) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. ROA juga sering disebut ROI (*Return on Investment*). Rasio ini dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Berdasarkan uraian diatas, penilaian rasio profitabilitas yang dipakai oleh peneliti adalah ROA (*Return on Asset*). ROA ini digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan

aktiva yang dimilikinya. Bank Indonesia sebagai pembina dan pengawas perbankan lebih mengutamakan nilai profitabilitas suatu bank yang diukur dengan aset yang dananya sebagian besar berasal dari masyarakat. Semakin besar ROA suatu bank semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh bank dan semakin baik posisi bank tersebut dari segi penggunaan aset, begitu juga sebaliknya semakin kecil rasio ini mengindikasikan kurangnya kemampuan manajemen bank dalam mengelola aktiva untuk meningkatkan pendapatan atau menekan biaya. Menurut Dendawijaya (2009:118) “*Return on Asset* digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan.”

2.1.3 Green Banking Disclosure

2.1.3.1 Definisi Green Banking

Dalam Responsi Bank Indonesia (2014) disebutkan bahwa *green banking* merupakan upaya perbankan untuk mengutamakan keberlanjutan dalam melakukan penyaluran kredit atau kegiatan operasionalnya.

Menurut Bihari (2011) *Green banking* adalah:

“Bank yang kegiatan operasionalnya ramah lingkungan, memiliki tanggung jawab dan kinerja lingkungan serta mempertimbangkan aspek perlindungan lingkungan dalam menjalankan bisnisnya.”

Menurut Masukujaman & Aktar (2014) *Green banking* adalah:

“Bank yang ramah lingkungan (*eco-friendly*) untuk menghindari kerusakan lingkungan sehingga bumi menjadi tempat tinggal yang layak huni (*habitable*) melalui penyediaan produk perbankan hijau (*green product*) yang inovatif untuk mendukung inisiatif bank hijau.

Sedangkan menurut Sahoo, Singh dan Jain (2016) *green banking* adalah:

“Salah satu cara mengembangkan praktek perbankan yang ramah lingkungan dan meminimalisir *carbor footprint* yang berasal dari kegiatan perbankan, seperti *online banking*, *mobile banking*, *green loans* dan lainnya.”

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, sampai pada disini pemahan penulis adalah *green banking* merupakan aktivitas operasional perbankan yang ramah lingkungan dan meminimalisir dampak dari aktivitas perbankan.

2.3.1.1 Definisi *Green Banking Disclosure*

Menurut Handajani (2019) *Green banking disclosure* adalah:

“laporan yang diungkapkan berkaitan dengan informasi mengenai material, energi yang disebabkan operasional perusahaan maupu manajemen risiko lingkungan terkait dengan produk keuangan dan produk lingkungan tertentu maupun proyek yang menguntungkan lingkungan.”

Menurut Mozib Lalon (2015) *Green banking disclosure* adalah:

“Bentuk perbankan pada sebuah Negara, yang mana perbankan dinilai sebagai bank yang green aktivitas utamanya menuju kearah keberlanjutan yakni dengan melakukan upaya perlindungan lingkungan dengan cara melakukan promosi terkait lingkungan yang hijau (keberlanjutan) dan juga tanggung jawab investasi terhadap sosial.”

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, sampai pada pemahaman penulis bahwa *green banking disclosure* adalah pengungkapan sebuah aktivitas perbankan yang kegiatan operasionalnya yang ramah lingkungan dan dapat mengimbangi upaya untuk melindungi lingkungan dari dampak yang ditimbulkan oleh proyek-proyek dari kegiatan tersebut.

2.1.3.2 Kerangka Regulasi *Green Banking* di Indonesia

Sebuah perbankan untuk mengadopsi praktik *green banking* di Indonesia tidak terlepas dari dikeluarkannya regulasi yang relevan yang memberikan dorongan untuk pelaksanaan bank yang berwawasan lingkungan. Bank Indonesia telah mewajibkan perbankan untuk memperhatikan kelangsungan lingkungan hidup dalam mengembangkan bisnisnya, pedoman BI untuk menerbitkan kebijakan pro lingkungan ini merujuk pada Undang-undang No. 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. *Green banking* telah dirancang dalam bentuk MoU antara Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) dan Bank Indonesia tahun 2011-2013 melalui kegiatan seperti pelatihan analisis lingkungan untuk menilai kelayakan penyaluran kredit/pembiayaan kepada debitur seperti AMDAL, kesepakatan ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran dunia untuk menerapkan prinsip pembangunan berkelanjutan bagi industri, termasuk industri perbankan.

Sebagai entitas suatu bisnis perbankan memiliki tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, hal tersebut telah didukung pula oleh Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan terbatas dalam rangka pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan terkait dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan juga kerangka hukum untuk melihat praktik perbankan hijau (*green banking*) bisa dilihat pada pasal 67 UU No. 32/2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) yang menyatakan “setiap orang berkewajiban memelihara kelestarian fungsi lingkungan hidupserta mengendalikan pencemaran atau kerusakan lingkungan hidup” lebih lanjut dalam

pasal 68 menyatakan bahwa setiap orang yang melakukan usaha atau kegiatan berkewajiban : (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) menaati ketentuan tentang baku mutu lingkungan hidup dan/atau kriteria baku kerusakan lingkungan hidup.v

2.1.3.3 Tahapan *Green Banking*

Tahapan *green banking* dilihat dari elaborasi yang dibuat oleh marce H.A Jeuken (*sustainable finance & banking the financial sector and the future of the planet earthscan*, 2011) sebagai berikut:

1. Tipe pertama *defensive banking*. Dalam tipe ini bank merupakan *follower* dan menantang aturan pemerintah dalam masalah lingkungan dan pembangunan berkelanjutan karena kepentingan bank, baik secara langsung maupun tidak langsung terancam. Faktor lingkungan hidup dan sosial tidak dianggap penting dan memandang undang-undang lingkungan hidup sebagai ancaman keras dapat merugikan kepentingan industri jasa keuangan langsung (melalui kerusakan profitabilitas keuangan). Bank tipikal ini belum memiliki kepedulian terhadap lingkungan hidup sehingga aspek manajemen lingkungan hidup dan sosial ini hanya dianggap sebagai biaya yang perlu dihindari.
2. Tipe kedua *preventive banking*. Dalam tipe ini, bank telah memulai mempertimbangkan potensi pengurangan biaya, misalnya untuk pemakaian kertas, pengurangan energi, penghematan air, dan perjalanan dinas pegawainya. Bank dalam tipe ini juga sudah mulai menginternalisasi produk

perbankan agar lebih ramah kepada lingkungan hidup (kredit/pembiayaan) dalam kaitanya dengan meminimalisir risiko dan kerugian investasi yang berhubungan dengan risiko keuangan.

3. Tipe ketiga *offensive banking*. Dalam tipe ini, bank sudah mengintegrasikan biaya, risiko, dan imbal balik potensial kepada operasional harian perbankan. Bank berupaya untuk mengurangi risiko eksternal dengan menerapkan kontrol terhadap risiko lingkungan dan melakukan penilaian (assessment) terhadap risiko kredit atau pembiayaan.
4. Tipe keempat disebut *sustainable banking*. Dalam tipe ini, bank sudah bersifat kreatif, inovatif dan proaktif dalam melihat potensi bisnis, baik dalam membiayai proyek-proyek yang ramah lingkungan maupun berinvestasi dalam teknologi yang hemat energi dan teknologi bersih.

2.1.3.4 Metode Pengukuran *Green Banking Disclosure*

Untuk mengukur praktik *green banking disclosure* menggunakan tingkat pengungkapan yang diukur dengan indeks pengungkapan *green banking* yang mengacu pada penelitian Bose et al (2018) yang terdiri dari 21 item. GBDI diukur dengan menghitung item pengungkapan informasi *green banking* yang dilaporkan pada laporan berkelanjutan (*sustainability report*). Jika perusahaan mengungkapkan item diberikan skor 1 dan skor 0 diberikan jika tidak diungkapkan. Selanjutnya menurut Bose et al. (2018), rumus pengukuran *green banking disclosure* sebagai berikut:

$$GBD_i = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan

GBDI : Pengungkapan *green banking disclosure index*

$\sum X_i$: Total skor pengungkapan *green banking* pada perusahaan

n : Jumlah seluruh item indikator pengungkapan *green banking* (n=21)

21 item pengungkapan yang dirumuskan (Bose et al., 2018) yakni:

Tabel 2.2

Instrumen Pengungkapan *green banking index*

No	Instrumen pengungkapan <i>Green Banking</i>
1	Informasi kebijakan bank tentang pelestarian lingkungan alam atau kebijakan mengatasi perubahan iklim.
2	Pembiayaan proyek ramah lingkungan.
3	Informasi pengurangan limbah kertas serta daur ulang kertas
4	Informasi penerapan kebijakan dan teknologi untuk mengurangi pemborosan air dan gas dalam operasional internal bank.
5	Informasi berkaitan dengan penggunaan bahan ramah lingkungan
6	Informasi berkaitan dengan konservigasi energi dalam melakukan operasi bisnis.
7	Informasi yang diambil untuk memerangi perubahan iklim dan mengurangi emisi dengan memangkas perjalanan bisnis karyawan.
8	Informasi pengenalan berbagai produk baru seperti perbankan online untuk mengurangi emisi karbon.
9	Pelaporan informasi tentang inisiatif dan keterlibatan bank dalam membangun jaringan di masalah lingkungan.
10	Informasi tevaluasi dampak yang ditimbulkan terhadap klien sebelum sanksi fasilitas pembiayaan.
11	Informasi tentang pengorganisasian informasi atau rencana pengorganisasian untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan.
12	Informasi peran bank yang ramah lingkungan, kontribusi pada perbaikan lingkungan dan keunggulan praktik pelaporan lingkungan.

No	Instrumen pengungkapan <i>Green Banking</i>
13	Informasi penghargaan atas inisiatif pelestarian lingkungan.
14	Informasi tentang keterlibatan bank dalam mendukung proyek-proyek yang sejalan dengan program ramah lingkungan.
15	Informasi tentang dan perubahan iklim.
16	Informasi tentang pengaturan cabang hijau.
17	Informasi tentang internalisasi <i>green marketing</i> pada media komunikasi internal.
18	Informasi tentang inisiatif dan keterlibatan bank untuk melatih karyawan mengenai lingkungan.
19	Informasi tentang jumlah anggaran yang dialokasikan setiap tahun untuk program <i>green banking</i> .
20.	Informasi tentang jumlah anggaran yang dialokasikan pertahunnya untuk melaksanakan program <i>green banking</i> .
21	Informasi tentang jumlah <i>real</i> yang dibelanjakan untuk pelaksanaan program <i>green banking</i> .

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu yaitu:

Tabel 2.3

Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Kesimpulan
1.	(Hoque et al., 2021)	<i>Impact of Financial Performance on Green Banking Disclosure: Evidence from the Listed Banking Companies in Banglades</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>green banking disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap ROA sementara itu variabel kinerja keuangan tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>green banking disclosure</i> .
2.	(Hanif, Ningsih, and Iqbal 2020)	<i>Green Banking Terhadap Profitabilitas Bank Umum</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>green banking</i> berpengaruh positif pada profitabilitas bank umum syariah di Indonesia.

		Syariah di Indonesia	
3.	(Pratiwi, Nurulrahmatia, and Muniarty 2020))	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI	Penelitian ini membuktikan bahwa <i>corporate social responsibility</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas dalam hal ini diukur dengan ROA dan ROE.
4.	Karyani dan Obrien (2020)	Green Banking and Performance: The Role Of Foreign and Public Ownership	Penelitian ini menemukan bahwa <i>green banking</i> berpengaruh terhadap profitabilitas bank. Kepemilikan publik memperkuat efek negatif pada <i>green banking</i> terhadap profitabilitas. Sementara itu, kepemilikan asing melemahkan pengaruh positif <i>green banking</i> terhadap profitabilitas.
5.	Mayangsari (2020)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas dan Return Saham pada Perusahaan Perbankan di Indonesia Tahun 2011-2016	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Corporate social responsibility</i> mampu memberikan pengaruh positif terhadap profitabilitas yang diproksikan oleh ROA dan ROE, namun profitabilitas tidak memiliki pengaruh positif terhadap saham melalui profitabilitas
6.	Rachman dan Saudi (2020)	Green Banking And Profitability (Banks Registered On The Sri-Kehati Index In Indonesia Stock Exchange 2015 - 2019)	Hasil pengujian menunjukkan bahwa <i>green banking</i> yang diproksikan dengan <i>green banking index</i> berpengaruh positif terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan ROA
7.	Bose et al. (2018)	What drives Green Banking Disclosure? An Institutional and Corporate Governance Perspective	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedoman <i>green banking disclosure</i> memberikan pengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan <i>green banking</i> dan Corporate governance berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>green banking</i> .

8.	Pradnyan (2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Serta <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap ROE
9.	Dewi dan Dewi (2017)	<i>Corporate Social Responsibility, Green Banking, and Going Concern on Banking Company in Indonesia Stock Exchange</i>	Penerapan <i>Green Banking</i> mampu memperkuat hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan <i>Going Concern</i> pada perusahaan perbankan di Bursa Efek Indonesia
10.	Mega Kurnia Rosdwianti, Moch. Dzulkirom AR dan Zahroh ZA (2016)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bei periode 2013-2014)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>corporate social responsibility</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas dalam hal ini diukur dengan ROA dan ROE dan EPS.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap Profitabilitas

Corporate Social Responsibility merupakan komitmen berkelanjutan dan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas angkatan kerja dan masyarakat setempat secara luas. Pada umumnya kegiatan

corporate social responsibility akan berakibat pada tingginya sebuah profitabilitas perusahaan yang akan berakibat pada kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

Pada penelitian terhadulu yang membahas pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas dan mempunyai kaitannya dengan penelitian ini adalah penelitian (Mayangsari, 2020) yang mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Karena semakin tinggi aktivitas *corporate social responsibility* perusahaan semakin tinggi pula profitabilitas yang akan diperoleh perusahaan, ketika perusahaan memiliki tanggung jawab dan peduli terhadap lingkungan dan masyarakat melalui program-program perusahaan yang memberikan manfaat bagi masyarakat maka kinerja tersebut pastinya akan memperoleh dampak positif sehingga perusahaan akan memperoleh nilai positif dari masyarakat dan dapat mempertahankan yang berakibat pada kelangsungan usaha perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Sejalan dengan penelitian Mega (Kurnia Rosdwianti, Moch. Dzulkirom AR dan Zahroh ZA,2016) mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas. Semakin tinggi *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh bank maka semakin tingi pula profitabilitas yang diterima perusahaan hal tersebut dikarenakn pelaksanaan CSR dapat menciptakan citra yang

baik bagi perusahaan, selain itu juga dapat meningkatkan image perusahaan, baik komoditas maupun pasar modal. Citra perusahaan yang baik akan diminati oleh para investor karena semakin baik citra perusahaan, maka semakin tinggi pola loyalitas konsumen. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen maka penjualan perusahaan akan meningkat, hal tersebut pula akan menyebabkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Dalam hal ini ROA sebagai salah satu rasio profitabilitas yang perhitungan bagi kalangan investor karena tingkat imbalan yang diperoleh investor semakin besar dan akan berdampak pada harga saham perusahaan di pasar modal akan semakin meningkat.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang mendukung, sampai pada pemahaman penulis bahwa terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas. Perusahaan yang melakukan kegiatan tanggung jawab sosial yang baik dapat menaikkan citra perusahaan agar lebih diminati oleh investor sehingga dapat meningkatkan profitabilitas yang akan berdampak pada kelangsungan usaha perusahaan dalam jangka panjang.

2.2.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap Profitabilitas dengan *Green Banking Disclosure* sebagai Variabel Pemoderasi

Green banking merupakan konsep bisnis yang mengacu pada praktik-praktik bisnis yang ramah lingkungan, dalam rangka mendorong korporasi perbankan

untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan dalam dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan yang terintegrasi (Dewi and Dewi 2017).

Menurut Devi Malinton (2019) *green banking* merupakan wujud kesadaran bank terhadap adanya risiko pada lingkungan terkait proyek yang dibiayai yang mungkin memiliki dampak negatif terhadap bank, seperti penurunan kualitas kredit dan reputasi bank yang bersangkutan.

Dalam penelitian Hoque et al. (2021) hasilnya adalah *Green Banking Disclosure* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi aktivitas *green banking* maka akan semakin tinggi profitabilitas perusahaan yang sukses menghasilkan laba atas aset (ROA).

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Hanif et al. (2020) dimana hasil penelitian mengungkapkan bahwa *green banking* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

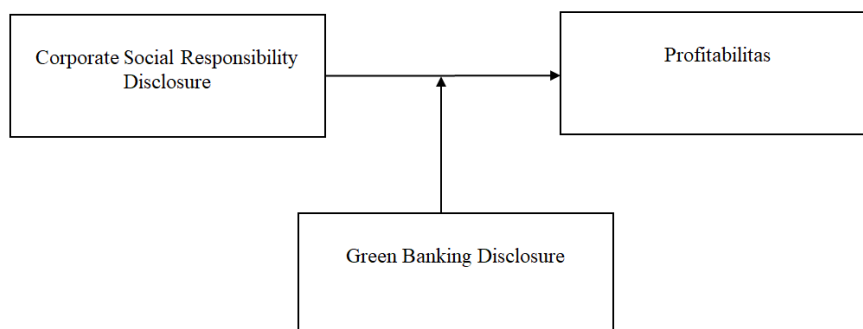
Sejalan dengan penelitian Dewi dan Dewi (2017) yang menunjukkan bahwa *green banking* mampu memperkuat hubungan antara *corporate social responsibility* dan *going concern*. Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini dilakukan untuk menguji dan membuktikan bahwa *Green banking* dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Going Concern*.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang mendukung, sampai pada pemahaman penulis bahwa *Green banking* dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *going concern*. Karena pada penelitian

sebelumnya *Green Banking* memiliki pengaruh positif terhadap variabel apapun baik profitabilitas maupun *going concern*.

Sesuai dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap Profitabilitas dengan *Green Banking Disclosure* sebagai Variabel Pemoderasi” pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021 maka model kerangka pemikiran dapat tergambar sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.3 Hipotesis

Kata Hipotesis berasal dari kata “hipo” artinya lemah dan “tesis” berarti pernyataan. Dengan demikian hipotesis berarti pernyataan yang lemah karena masih berupa dugaan yang belum teruji kebenarannya.

Menurut Sugiyono (2018:63) bahwa yang dimaksud hipotesis adalah :

“Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”.

Berdasarkan tinjauan pustka serta beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti mengindikasikan *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai Variabel Independen, sedangkan Profitabilitas sebagai Variabel dependen dan *Green Banking Disclosure* sebagai Variabel Pemoderasi. Berikut hipotesis sementara dari penelitian ini adalah:

- H1 : Terdapat Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Profitabilitas.
- H2 : *Green Banking Disclosure* memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas.