

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Aldilla dan Dian (2009) dengan judul “Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Sampel dalam penelitian tersebut adalah perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa kinerja lingkungan perusahaan yakni usaha perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*) memiliki pengaruh positif terhadap *CSR Disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan. Namun, penelitian tersebut juga menemukan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara kinerja lingkungan dengan kinerja finansial perusahaan dan mengenai tidak ada hubungan signifikan antara *CSR Disclosure* terhadap kinerja finansial perusahaan. Selain itu penelitian ini menemukan bahwa *CSR Disclosure* dapat berfungsi sebagai variabel intervening dalam pengaruh tidak langsung kinerja lingkungan terhadap kinerja finansial.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Lindrianasari (2007) dengan judul “Hubungan Antara Kinerja Lingkungan Dan Kualitas Pengungkapan Lingkungan Dengan Kinerja Ekonomi Perusahaan di Indonesia, hasil penelitian dari Lindrianasari menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kualitas pengungkapan lingkungan. Namun penelitian ini juga menemukan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara kinerja ekonomi dan

kinerja lingkungan serta tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kinerja ekonomi dengan kualitas pengungkapan lingkungan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Benny (2008) yang berjudul “Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Pengungkapan Informasi terhadap Kinerja Ekonomi Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia” menunjukkan hasil bahwa kinerja lingkungan berpengaruh negatif terhadap kinerja ekonomi.

Diana Zuhroh dan Sukmawati (2003) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Terhadap Reaksi Investor”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap volume perdagangan saham.

Dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Environmental Performance* terhadap *Environmental Disclosure* dan *Economic Performance*” Suratno dkk (2006) menunjukkan hasil bahwa *Environmental Performance* memiliki pengaruh secara positif signifikan terhadap *Environmental Disclosure* dan *Environmental Performance* berpengaruh secara positif signifikan terhadap *Economic Performance*.

Almilia dan Wijayanto (2007) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *Environmental Performance* dan *Environmental Disclosure* terhadap *Economic Performance*” menunjukkan hasil bahwa *Environmental Performance* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Economic Performance* sedangkan

Environmental Disclosure berpengaruh signifikan terhadap *Economic Performance*.

2.2 Landasan Teoritis

2.2.1 Legitimacy Theory

Legitimacy theory menyatakan bahwa organisasi/perusahaan secara berkesinambungan harus memastikan apakah mereka telah beroperasi di dalam norma-norma yang dijunjung masyarakat dan memastikan bahwa aktivitas mereka bisa diterima pihak luar (dilegitimasi). Deegan (2002) menyatakan bahwa pengertian yang diberikan oleh teori lain yaitu teori politik-ekonomi. Deegan (2002), mendefinisikan *legitimacy theory* sebagai berikut:

“Semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit, dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan pada hasil akhir yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas dan distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan *power* yang dimiliki.”

Jadi pada dasarnya setiap perusahaan memiliki kontrak implisit dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai yang dijunjung didalam masyarakat. jika suatu perusahaan memenuhi kontrak implisit dengan *stakeholder*, *stakeholder* akan bertindak sebagaimana yang diinginkan perusahaan. Sebaliknya, ketika implisit kontrak dengan *stakeholder* tidak dipenuhi, maka terjadi kemungkinan kontrak yang implisit yang tentu saja akan berubah menjadi suatu hal yang eksplisit dan akan menimbulkan biaya yang lebih tinggi.

Biaya yang tinggi disebabkan masyarakat menolak melegitimasi keberadaan perusahaan di tengah-tengah mereka. Oleh karena itu, perusahaan berusaha mendapat legitimasi dari masyarakat dengan cara melaksanakan program-program yang sesuai dengan harapan masyarakat. implementasinya riilnya adalah melalui pelaksanaan program *corporate social responsibility* dan mengungkapkannya baik di dalam *annual report* maupun *sustainability report* sebagai suatu bentuk informasi yang dibutuhkan investor untuk mengambil keputusan terkait kinerja perusahaan yang sesuai dengan nilai-nilai di dalam masyarakat.

Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktivitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang “sah” (Deegan, 2004).

2.2.2 Stakeholder Theory

Stakeholder merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. Individu, kelompok, maupun masyarakat dapat dikatakan sebagai *stakeholder* jika memiliki kekuasaan, legitimasi, dan kepentingan terhadap perusahaan (Budimanta dkk, 2007). Konsep yang mendasari mengenai siapa saja yang termasuk dalam *stakeholder* perusahaan sekarang ini telah berkembang mengikuti perubahan lingkungan bisnis dan kompleksnya aktivitas bisnis perusahaan.

Di tahun 1963, *Stanford Research Institute* (SRI) mendefinisikan *stakeholder* secara sederhana, yaitu kelompok yang mampu memberikan dukungan terhadap keberadaan sebuah organisasi, tanpa dukungan dari kelompok ini, organisasi tersebut tidak dapat eksis. Para peneliti SRI kemudian menggolongkan pihak-pihak yang termasuk ke dalam *stakeholder*. Pihak-pihak tersebut adalah para pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok, pemberi, pemberi pinjaman, dan masyarakat.

Banyak penelitian berusaha merumuskan siapa saja yang termasuk ke dalam *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. *Stakeholder* primer terdiri dari pemilik, karyawan, pelanggan, pemasok, dan kelompok *stakeholder* publik. Sedangkan yang termasuk ke dalam *stakeholder* sekunder adalah media dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan cakupan yang lebih luas (Cohen, Webb, Nath, dan Wood; 2009).

Stakeholder theory menyatakan bahwa semua *stakeholder* mempunyai hak memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka. Para *stakeholder* dapat memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan bahkan tidak dapat memainkan peran secara langsung dalam suatu perusahaan (Deegan, 2004). Hal ini disebabkan *stakeholder* dianggap dapat mempengaruhi tapi juga dapat dipengaruhi perusahaan. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Perusahaan menganggap bahwa peran para *stakeholder* sangat berpengaruh bagi perusahaan sehingga dapat mempengaruhi dan menjadi

pertimbangan dalam mengungkapkan suatu informasi dalam laporan keuangan mereka. *Stakeholder* menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan karena mereka memegang posisi yang kuat dalam perusahaan. *Stakeholder* pada dasarnya dapat mempengaruhi pemakaian berbagai sumber ekonomi yang digunakan dalam aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, *stakeholder theory* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk mengendalikan pengaruh *stakeholder* tersebut.

Alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder*, yaitu: (1) Isu lingkungan melibatkan berbagai kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka, (2) Dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan, (3) Para investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan, (4) LSM dan pecinta lingkungan makin vocal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

Perusahaan tidak hanya dianggap sebagai sebuah entitas ekonomi yang terpisah dari konteks sosial. Perusahaan justru merupakan bagian dari konteks sosial. Agar bisa bertahan, perusahaan harus memperoleh dukungan dapat diterima oleh para *stakeholder*-nya, baik *stakeholder* primer maupun *stakeholder* sekunder Cohen, Webb, Nath, dan Wood (2009). Senada dengan pernyataan tersebut, kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan dengan *stakeholder*-nya (Ghozali dan Chariri, 2007).

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu *power stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya *power* yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Power tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007). Oleh karena itu, “ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*” (Ghozali dan Chariri, 2007).

2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung jawab sosial adalah kewajiban organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana mereka berada (Januarti dan Apriyanti, 2006).

Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder* yang melebihi tanggung jawab di bidang hukum (Anggraini, 2006).

Menurut Belkaoui, (2000) Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial (*Social Responsibility Accounting*) didefinisikan sebagai proses seleksi variabel-variabel kinerja sosial tingkat perusahaan, ukuran dan prosedur pengukuran yang secara sistematis mengembangkan informasi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja sosial perusahaan. Akuntansi pertanggungjawaban sosial dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana organisasi atau perusahaan memberikan kontribusi positif maupun negatif terhadap kualitas hidup manusia dan lingkungannya.

Ruang lingkup tanggung jawab sosial (CSR) antara lain:

- a. *Basic Responsibility*, tanggung jawab yang muncul karena keberadaan perusahaan. Contohnya kewajiban membayar pajak, mentaati hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham.
- b. *Organizational Responsibility*, tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi kepentingan *stakeholder*, yaitu karyawan, konsumen, pemegang saham dan masyarakat.
- c. *Societal Responsibility*, tanggung jawab yang menjelaskan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan masyarakat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

Januarti dan Apriyanti (2006) menyatakan bahwa ada tiga perspektif yang timbul berkaitan dengan tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yaitu :

1. Perspektif Bisnis yang menganggap pentingnya *reputation capital* untuk menguasai dan menopang pasar. Pendukung perspektif ini sering memasukkan

unsur tanggungjawab sosial perusahaan dalam kegiatan periklanan perusahaan dan juga pada kegiatan pemasaran.

2. *Perspektif eco-sosial* memandang tanggung jawab sosial perusahaan sebagai nilai (*value*) dan strategi untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Tanggung jawab sosial juga dipandang sebagai strategi karena dapat mengurangi ketegangan sosial.
3. *Right- Based perspective* menekankan bahwa konsumen, pekerja, masyarakat dan pemegang saham mempunyai hak untuk mengetahui kegiatan bisnis perusahaan. Aspek kunci dari tanggung jawab sosial perusahaan adalah akuntabilitas, transparansi dan investasi sosial dan lingkungan.

2.3.1 Pengungkapan / Disclosure

Tujuan umum pelaporan keuangan adalah menyediakan informasi keuangan yang bermanfaat untuk membantu pengambilan keputusan ekonomi. Agar hal tersebut dapat dicapai diperlukan suatu pengungkapan yang jelas mengenai data akuntansi dan informasi lain yang relevan. Sedangkan pengungkapan (*disclosure*) berarti memberikan data yang bermanfaat kepada pihak yang memerlukan.

Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan, *disclosure* berarti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi yang jelas dan dapat menggambarkan secara tepat mengenai kejadian-kejadian ekonomi yang berpengaruh terhadap hasil operasi unit usaha tersebut. Informasi yang diungkapkan harus berguna dan tidak membingungkan pemakai laporan keuangan dalam membantu mengambil keputusan ekonomi (Ghozali dan Chariri,

2000:235). Tiga konsep pengungkapan yang umum diusulkan (Hendriksen dan Breda, 2002) adalah :

1. *Adequate disclosure* (pengungkapan yang cukup), pengungkapan ini mencakup pengungkapan minimal yang harus dilakukan agar laporan keuangan tidak menyesatkan. Pengungkapan ini yang paling umum digunakan.
2. *Fair Disclosure* (pengungkapan yang wajar), pengungkapan ini secara wajar menunjukkan tujuan etis agar dapat memberikan perlakuan yang sama dan bersifat umum bagi semua pemakai laporan keuangan.
3. *Full Disclosure* (pengungkapan yang lengkap), pengungkapan yang mensyaratkan perlunya penyajian semua informasi yang relevan. Namun bagi beberapa pihak, pengungkapan yang lengkap diartikan sebagai penyajian informasi yang berlebihan, sehingga tidak bias dikatakan layak.

2.3.1.1 Tingkat Pengungkapan

Semakin banyak tema dan item atau unsur yang diungkapkan oleh suatu perusahaan maka dikatakan bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya semakin luas. Dengan kata lain, tingkat luas pengungkapan berarti banyaknya jumlah item-item yang diungkapkan oleh suatu perusahaan dibandingkan dengan jumlah keseluruhan item yang selayaknya diungkapkan.

Berkaitan dengan tingkat pengungkapan, hasil penelitian Zeghal dan Hadrudin (1991), Cooke (1992), Gamble et.al., (1995), dan Kolk (2003) menunjukkan pengungkapannya dalam laporan tahunan tidak sama antara satu kelompok industri dengan kelompok lainnya. Gamble et.al., (1995) menyatakan beberapa industri khususnya pertambangan dan manufaktur menunjukkan kualitas

ungkapan yang lebih tinggi dibanding perusahaan dengan jenis industri lainnya. Cooke (1992) menyatakan perusahaan manufaktur mengungkapkan informasi secara signifikan lebih tinggi dibanding industri tipe lainnya. Di Indonesia penelitian Utomo (2000), Fitriany (2001), dan Masnila (2006) menunjukkan hasil yang sama.

2.3.1.2 Tema Pengungkapan

Zuhroh dan Sukmawati (2003) menyebutkan tema-tema yang termasuk dalam akuntansi pertanggungjawaban sosial adalah: kemasyarakatan, ketenagakerjaan, produk dan konsumen, dan lingkungan hidup. Hasil penelitian Yayasan Mitra Mandiri Pekalongan (Media Akuntansi, Edisi 27/Juli-Agustus 2002), menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial umumnya berkaitan dengan tema ketenagakerjaan.

2.3.2 *Corporate Social Responsibility* di Indonesia

World Commission on Environment and Development (WECD) dalam *Brundtland Report* (1987), Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P, singkatan dari *Profit*, *Planet* dan *People*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*). Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).

Pengertian CSR di Asia sebagai komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan (*going concern*) berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para *stakeholders*. *Stakeholders* dapat mencakup karyawan dan keluarganya, pelanggan pemasok, masyarakat sekitar perusahaan, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, media

massa dan pemerintah sekaligus regulator. Jenis dan prioritas *stakeholders* relatif berbeda antara satu perusahaan dengan lainnya, tergantung pada *core* bisnis perusahaan yang bersangkutan (Supomo, 2004).

Penggunaan istilah CSR (*Corporate Social Responsibility*) semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau “aktifitas sosial perusahaan”. Walaupun tidak menamainya sebagai CSR, secara faktual aksinya mendekati konsep CSR yang mempresentasikan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Departemen Sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional. Kepedulian sosial perusahaan terutama didasari alasan bahwasanya kegiatan perusahaan membawa dampak – *for better of worse*, bagi kondisi lingkungan dan sosial ekonomi masyarakat, khususnya di sekitar perusahaan beroperasi.

Undang-Undang tentang CSR di Indonesia diatur dalam UU PT No.40 Tahun 2007 yang menyebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1). UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyatakan bahwa “Setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.” Selanjutnya lebih terperinci adalah UU No.19 Tahun 2003 tentang BUMN. UU ini kemudian dijabarkan lebih jauh oleh Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tata cara pelaksanaan CSR.

Kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional merupakan wujud nyata dari pelaksanaan CSR di Indonesia dalam upaya penciptaan kesejahteraan bagi masyarakat Indonesia.

2.4 Kinerja Lingkungan

Tolak ukur kinerja lingkungan yang akan dipakai di dalam setiap penelitian dapat saja beragam, tergantung dari indikator yang dipakai. Paling tidak ada empat indikator kinerja lingkungan yang saat ini bisa digunakan; AMDAL (uji BOD dan COD air limbah), PROPER, ISO (yakni ISO 14001 untuk Sistem Manajemen Lingkungan dan ISO 17025 untuk Sertifikasi Uji Lingkungan dari lembaga independen) dan GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI merupakan *pioneer* dalam mengembangkan *sustainability* yang berisikan laporan ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai pembanding laporan keuangan.

Pengertian kinerja lingkungan menurut UU No.9 Tahun 1960 adalah segala sesuatu yang terdapat di sekitar manusia dalam kehidupan sehari-hari, misalnya: udara, tempat kediaman dan tanah sekitarnya (Amelia, 2008). Kinerja lingkungan yang difokuskan pada tanggung jawab terhadap lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Kinerja lingkungan yang dilakukan pada saat ini masih atas desakan masyarakat. adanya kesadaran perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial membuat para investor menaruh perhatian terhadap isu lingkungan ini, terutama kaitannya dengan pemilihan investasi. Para investor tidak akan memilih investasi

yang banyak mengandung resiko, yang disebabkan oleh kurangnya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan kinerja lingkungan digunakan sebagai salah satu strategi dalam mengembangkan usaha perusahaan (Imas, 2008).

Suratno, dkk (2006) menyatakan bahwa *environmental performance* adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Pengukuran kinerja lingkungan merupakan bagian penting dari sistem manajemen lingkungan. Hal tersebut merupakan ukuran hasil dari sistem manajemen lingkungan yang diberikan terhadap perusahaan secara riil dan kongkrit. Selain itu, 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). Pengukuran kinerja lingkungan ditafsirkan bermacam cara. Antara lain kuantitatif, atau hasil proses serta kualitatif atau dalam proses. (Purwanto, 2000) mengklasifikasikan indikator kinerja secara umum sebagai:

Kualitatif, adalah ukuran yang didasarkan pada penilaian semantik, pandangan, persepsi seseorang berdasarkan pengamatan dan penilaiannya terhadap sesuatu. Keuntungan dari metrik ini adalah pengumpulan datanya relatif mudah dilakukan dan mudah diimplementasikan. Kerugiannya adalah metrik ini secara implisit melibatkan subyektifitas dan karenanya sulit divalidasi.

Kuantitatif, adalah ukuran yang didasarkan pada data empiris dan hasil numerik yang mengkarakteristikan kinerja dalam bentuk fisik, keuangan, atau

bentuk lain. Contohnya adalah batas baku mutu limbah. Keuntungan dari metrik ini adalah obyektif, sangat berarti, dan dapat diverifikasi. Kerugian adalah data yang diperlukan mungkin sulit diperoleh atau bahkan tak tersedia.

Menurut Bredrup (Purwanto, 2000) setiap perusahaan mempunyai struktur unik yang terbentuk pada fasilitas, peralatan, produk, kompetensi, dan infrastruktur. Kinerja bisnis sangat tergantung pada kecocokan antara struktur dengan persyaratan lingkungan. Kinerja lingkungan kualitatif adalah hasil dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan yang terkait kontrol aspek lingkungan fisiknya. Kinerja lingkungan kualitatif adalah hasil dapat diukur dari hal-hal yang terkait dengan ukuran asset non fisik, seperti prosedur, proses inovasi, motivasi, dan semangat kerja yang dialami manusia pelaku kegiatan, dalam mewujudkan kebijakan lingkungan organisasi, sasaran dan targetnya.

Indikator kualitatif perlu memiliki pola pengukuran yang jelas dan meliputi semua aspek yang ada dalam organisasi. Terdapat banyak cara mengukur kinerja lingkungan seperti halnya ISO 14001, CERES, The Natural Step, GRI, TQEM CGLI, dan *Balanced Scorecard*. Setiap metode tersebut memiliki jawaban tersendiri mengenai kinerja lingkungan, namun jawaban adalah sebagian dari pertanyaan tersebut. (Purwanto, 2000).

Indikator kinerja kuantitatif harus terkait dengan tujuan, visi dan misi organisasi tersebut. Indikator kinerja kualitatif bukan hanya mengukur motivasi kerja dan inovasi yang terjadi, namun juga mengukur iklim yang memungkinkan inovasi itu terjadi, iklim kerja yang membuat motivasi kerja karyawan meningkat, jadi faktor pendorongnya lebih ditekankan. Dasarnya adalah teori bahwa perasaan

dan tindakan manusia pun adalah hasil atau respon terhadap apa yang terjadi disekitarnya (stimulus). (Purwanto, 2000).

Khusus mengenai indikator kinerja lingkungan kuantitatif, model pendekatan pengukurannya adalah seperti halnya ISO 14031. Dalam model itu disebutkan 2 macam indikator kuantitatif yaitu: indikator kinerja lingkungan (*Environmental Performance Indicator / EPI*) dan indikator kondisi lingkungan (*Environmental Condition Indicator / ECI*). Mereka adalah parameter-parameter berbeda yang menjelaskan potensi dampak aktifitas-aktifitas, produk, atau jasa pada lingkungan. Parameter-parameter ini adalah hasil dari menkarakteristikan intervensi lingkungan atau aspek-aspek lingkungan yang telah diklasifikasikan (Purwanto, 2000).

2.5 Pengukuran Kinerja Lingkungan

Selama ini masih belum ada kesepakatan final mengenai pengukuran terhadap kinerja lingkungan, hal ini karena setiap negara memiliki cara pengukuran sendiri, tergantung situasi dan kondisi lingkungan negara masing-masing. Bagaimanapun ukuran yang dipakai untuk mengukur kinerja lingkungan, namun yang terpenting bahwa ukuran yang dipakai adalah *valid*. Menurut Verma et al. (2001) pengukuran kinerja lingkungan perusahaan harus objektif, akurat, dan teruji dengan tujuan untuk memenuhi kepentingan *stakeholders* yang terkandung dalam laporan ini. Pengukuran kinerja lingkungan di Indonesia telah dimulai sejak tahun 1995, ditandai dengan diperkenalkannya program yang dibentuk oleh pemerintah Indonesia melalui BAPEDAL (Badan Pengelolaan Dampak Lingkungan) yang

diberi nama PROPER. PROPER sebagai alat untuk memeringkat kinerja lingkungan perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia.

2.6 PROPER

Kementerian Lingkungan Hidup sejak tahun 2002 telah meluncurkan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan lingkungan (PROPER) sebagai pengembangan dari PROPER PROKASIH. Sejak dikembangkan, PROPER telah diadopsi menjadi instrumen penataan di berbagai perguruan tinggi dan lembaga peneliti.

Tujuan penerapan instrument PROPER adalah untuk mendorong peningkatan kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan melalui penyebaran informasi kinerja penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan. Guna mencapai peningkatan kualitas lingkungan hidup. Peningkatan kinerja penataan dapat terjadi melalui efek insentif dan disentif reputasi yang timbul akibat pengumuman peringkat kinerja PROPER kepada publik. Para pemangku kepentingan (*stakeholders*) akan memberikan apresiasi kepada perusahaan yang berperingkat baik dan memberikan tekanan dan atau dorongan kepada perusahaan yang belum berperingkat baik.

PROPER sebagai instrumen penataan, untuk periode 2009-2010 kali ini telah menerapkan dasar hukum Undang-Undang 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, sehingga dalam pelaksanaannya termasuk kriteria saat ini disesuaikan dengan UU tersebut.

Pelaksanaan PROPER diharapkan dapat memperkuat berbagai instrumen pengelolaan lingkungan yang ada, seperti penegakan hukum lingkungan, dan

instrumen ekonomi. Disamping itu penerapan PROPER dapat menjawab kebutuhan akses informasi, transparansi dan partisipasi publik dalam pengelolaan lingkungan. Pelaksanaan PROPER saat ini dilakukan berdasarkan Keputusan Menteri Lingkungan Hidup Nomor 18 tahun 2010 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Penilaian kinerja penaatan perusahaan dalam PROPER dilakukan berdasarkan atas kinerja perusahaan dalam memenuhi berbagai persyaratan ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku dan kinerja perusahaan dalam pelaksanaan berbagai kegiatan yang terkait dengan kegiatan pengelolaan lingkungan yang belum menjadi persyaratan penaatan (*beyond compliance*).

Pada saat ini, penilaian kinerja penaatan difokuskan kepada penilaian perusahaan dalam aspek pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, dan pengelolaan limbah B3 serta berbagai kewajiban lainnya yang terkait AMDAL. Untuk sektor pertambangan, belum dilakukan penilaian kinerja perusahaan terkait dengan upaya pengendalian kerusakan lingkungan, khususnya lahan. Sedangkan penilaian untuk aspek *beyond compliance* dilakukan terkait dengan penilaian terhadap upaya-upaya yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam penerapan Sistem Manajemen Lingkungan (SML), Konservasi dan Pemanfaatan Sumber Daya, serta kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) termasuk kegiatan *Community Development*.

Seperti yang telah disebutkan diatas bahwa pelaksanaan PROPER periode 2009-2010 kali ini telah menerapkan Undang-Undang 32 tahun 2009 tentang

perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup sehingga peringkat kinerja penaatan dikelompokkan dalam 5 (lima) peringkat warna. Masing-masing peringkat warna mencerminkan kinerja perusahaan. Kinerja penaatan terbaik adalah peringkat emas, dan hijau, selanjutnya biru, dan kinerja penaatan terburuk adalah peringkat hitam.

Berdasarkan Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup No.18 Tahun 2010 Tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup, kriteria yang digunakan dalam pemeringkatan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Kriteria Peringkat PROPER

Peringkat Warna	Definisi)
Emas	Untuk usaha dan atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi dan atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
Hijau	Untuk usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam pertauran (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan system pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumberdaya secara efisien melalui upaya 4R (<i>Reduce, Reuse, Recycle</i> dan <i>Recovery</i>), dan melakukan upaya tanggung jawab sosial (CSR/Comdev) dengan baik.
Biru	Untuk usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
Merah	Upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam tahapan melaksanakan sanksi administrasi.
Hitam	Untuk upaya dan atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber : Kementerian Lingkungan Hidup, 2009

2.7 Kinerja Keuangan

Menurut Adi (2009) kinerja adalah gambaran mengenai sesuatu tingkat pencapaian suatu kegiatan atau kebijaksanaan dalam mewujudkan sarana, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam perumusan skema strategis (*strategic planning*) suatu organisasi. Suratno, dkk (2006) menyatakan *economic performance* adalah kinerja ekonomi secara makro dari sekumpulan perusahaan dalam suatu industri. Pengukuran kinerja ekonomi dapat dihitung menurut *accounting based measures* maupun *capital market based*.

Kinerja keuangan perusahaan dapat diartikan sebagai prestasi yang telah diwujudkan melalui kerja yang telah dilakukan secara maksimal yang telah tertuang dalam suatu laporan laba rugi, neraca, dan laporan perubahan modal yang dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan pada periode tertentu (Ria, 2008). Kinerja keuangan yang baik akan menarik perhatian para investor untuk berinvestasi karena para investor tidak ingin mempunyai resiko yang tinggi dalam berinvestasi.

2.7.1 Pengertian Pengukuran Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja keuangan bermanfaat untuk memberikan informasi mengenai tampilan tentang kondisi finansial perusahaan selama periode waktu tertentu. Pengukuran kinerja keuangan menurut Hongren (2007:372) mempunyai tujuan untuk mengukur kinerja bisnis dan manajemen dibandingkan dengan *goal* atau sasaran perusahaan. Dengan kata lain, pengukuran kinerja merupakan alat bagi manajemen untuk mengendalikan bisnisnya.

Pengukuran kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang sangat

penting bagi perusahaan, karena pengukuran tersebut digunakan sebagai dasar untuk menyusun sistem imbalan dalam perusahaan, yang dapat mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan dalam perusahaan dan memberikan informasi yang berguna dalam membuat keputusan penting mengenai asset yang digunakan serta untuk memacu para manajer untuk membuat keputusan yang menyalurkan kepentingan perusahaan.

Pengukuran kinerja keuangan perusahaan dapat diukur dari laporan keuangan yang dikeluarkan secara periodik. Laporan keuangan berupa neraca, rugi-laba, arus kas, dan perubahan modal yang secara bersama-sama memberikan suatu gambaran tentang posisi keuangan perusahaan. Informasi yang terkandung dalam laporan keuangan digunakan investor untuk memperoleh perkiraan tentang laba dan dividen dimasa mendatang dan resiko atas penilaian tersebut (Brigham dan Houston, 2006). Dengan demikian pengukuran kinerja keuangan dari laporan keuangan dapat digunakan sebagai alat ukur pertumbuhan kekayaan pemegang saham (investor).

2.7.2 Konsep Kinerja Keuangan

Istilah kinerja atau *performance* seringkali dikaitkan dengan kondisi keuangan perusahaan. Untuk mengetahui kondisi keuangan suatu perusahaan pada umumnya berfokus pada laporan keuangan disamping data-data non keuangan lain yang bersifat sebagai penunjang.

Informasi kinerja bermanfaat untuk memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan arus kas dari sumber dana yang ada. Kinerja atau “*performance*” menurut Webster Dictionary (1985) dikutip dari Suta (2007)

dinyatakan sebagai” *The way in which someone or something functions effectiveness....*” Kinerja merupakan suatu konsep dasar yang bersifat umum. Konsep ini biasanya dipahami secara implisit sehingga sulit untuk diungkapkan secara eksplisit.

2.7.3 Manfaat Pengukuran Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja keuangan banyak memberikan manfaat bagi perusahaan seperti merumuskan, melaksanakan dan mengadakan penelitian terhadap kebijaksanaan yang dianggap perlu, menilai keadaan atau posisi keuangan dan hasil operasi perusahaan. Menurut Mulyadi (2006), pengukuran kinerja keuangan dimanfaatkan oleh manajemen untuk:

- a. Mengelola operasi secara efektif dan efisien melalui pemotivasian karyawan secara umum.
- b. Membantu pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan, seperti: promosi, transfer, dan pemberhentian.
- c. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan dan untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan.
- d. Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka.
- e. Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan.

Manfaat yang ditimbulkan dari adanya pengukuran kinerja keuangan perusahaan sangat tergantung dari pengelolaan perusahaan itu sendiri, manajemen

harus menetapkan sasaran yang akan dicapai di masa yang akan datang dalam proses yang disebut perencanaan.

2.7.4 Metode Pengukuran Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan sebuah perusahaan lebih banyak diukur berdasarkan rasio-rasio keuangan selama satu periode tertentu. Pengukuran berdasarkan rasio keuangan ini sangatlah bergantung pada metode atau perlakuan akuntansi yang digunakan dalam menyusun laporan keuangan perusahaan. Sehingga sering kali kinerja perusahaan terlihat baik dan meningkat, yang mana sebenarnya kinerja tersebut tidak mengalami peningkatan dan bahkan menurun.

Pengukuran kinerja keuangan berdasarkan analisis rasio keuangan dapat dikelompokkan menjadi 5 jenis berdasarkan ruang lingkupnya, yaitu:

1. Rasio Likuiditas

Rasio ini menyatakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dalam jangka pendek. Rasio likuiditas terdiri dari: *Current Ratio*, *Quick Ratio*, dan *Working Capital*

2. Rasio Solvabilitas

Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang. Rasio solvabilitas terdiri dari: *Debt Ratio*, *debt to Equity Ratio*, *long Term Debt to equity Ratio*, *Long Term Debt to Capitalization Ratio*, *Times Interest Earned*, *Cash Flow Interest*

Coverage, Cash Flow Interest Coverage, Cash Flow to Net Income, dan Cash Return on Sales.

3. Rasio Aktivitas

Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan harta yang dimilikinya. Rasio Aktivitas terdiri dari: *Total Asset Turnover, Fixed Asset Turnover, Account Receivable Turnover, Inventory Turnover, Average Collection Period, dan Day's Sales in Inventory.*

4. Rasio Rentabilitas/Profitabilitas

Rasio ini menunjukkan kemampuan dari perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio rentabilitas terdiri dari: *Gross Profit Margin, Net Profit Margin, Return on Asset, Return on Equity, dan Operating Ratio.*

5. Rasio Pasar

Rasio ini menunjukkan informasi penting perusahaan dan diungkapkan dalam basis per saham. Rasio pasar terdiri dari: *Dividend Yield, Dividend Per Share, Dividend Payout Ratio, Price Earning Ratio, Earning Per Share, Book Value Per Share, dan Price to Book Value.*

Dari kelima rasio tersebut, yang berkaitan langsung dengan analisis kinerja keuangan yaitu rasio rentabilitas atau profitabilitas dan dalam penelitian ini *Return On Asset (ROA)* dipergunakan sebagai alat analisis utama dalam indikator penilaian kinerja.

Return On Asset (ROA) adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang terpenting di antar rasio profitabilitas yang ada (Ang, 2007:29). ROA yang negatif disebabkan laba perusahaan dalam kondisi negatif pula atau rugi. Hal ini menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan secara keseluruhan belum mampu untuk menghasilkan laba. Menurut Brigham (2006:109) *Return On Asset* (ROA) diperoleh dengan cara membandingkan *net income* terhadap *total asset*. Secara matematis ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Net Income merupakan pendapatan bersih sebelum pajak. *Total Asset* merupakan semua aktiva yang digunakan dalam kegiatan atau usaha memperoleh penghasilan yang rutin atau usaha pokok perusahaan. Semakin besar ROA menunjukkan kinerja yang semakin baik, karena tingkat pengembalian semakin besar (Ang, 2007:33).

2.8 Hipotesis Penelitian

2.8.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Finansial Perusahaan

Kinerja lingkungan yang baik akan mendorong dilakukannya pengungkapan yang baik pula (Lindrianasari, 2007). Kepedulian kepada lingkungan sebenarnya juga

muncul akibat berbagai dorongan dari pihak luar perusahaan (Ja'far dan Dista, 2006), antara lain: pemerintah, konsumen, *stakeholder* dan persaingan. Untuk menindaklanjuti berbagai dorongan ini, maka perlu diciptakan pendekatan secara proaktif dalam manajemen lingkungan yang terjadi. Hasil akhir tindakan proaktif manajemen lingkungan tersebut adalah terciptanya kinerja lingkungan perusahaan yang lebih baik. Pengungkapan kinerja lingkungan yang baik, menjadikan keberadaan perusahaan dalam menjalankan aktivitas perusahaan diterima oleh masyarakat sehingga dapat mewujudkan kinerja keuangan yang baik pula.

Ja'far dan Dista (2006) menyatakan bahwa persoalan konservasi lingkungan merupakan tugas setiap individu, pemerintah dan perusahaan. Sebagai bagian dari tatanan sosial, perusahaan seharusnya melaporkan pengelolaan lingkungan perusahaannya dalam *annual report*. Semakin baik kinerja lingkungan perusahaan akan semakin baik pula kinerja keuangannya karena perolehan pendapatan dan efisiensi biaya pada perusahaan yang kinerja lingkungannya baik lebih besar daripada perolehan pendapatan dan efisiensi biaya perusahaan yang kinerja lingkungan buruk (Nugraha dan Yanu, 2008).

Aldila dan Dian (2009) menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kinerja lingkungan dengan kinerja ekonomi. Hal ini tercermin pada tingkat *return* tahunan perusahaan yang dibandingkan dengan *return* industri. Imas (2008) mengatakan bahwa aktivitas tanggung jawab lingkungan perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan di bursa saham.

Ada asumsi bahwa *environmental performance* yang baik akan mengurangi pengungkapan biaya-biaya lingkungan masa depan perusahaan.

Pengungkapan informasi biaya-biaya lingkungan ini harus dirasakan sebagai *good news* bagi investor. Oleh karena itu, perusahaan dengan *environmental performance* yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan dengan *environmental performance* lebih buruk (Ria, 2008). Amelia (2008) mengatakan bahwa kinerja lingkungan tidak hanya berpengaruh terhadap pengendalian lingkungan itu sendiri tetapi juga dapat membantu meningkatkan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, untuk memperoleh kinerja lingkungan yang baik secara tidak langsung akan menambah beban biaya bagi perusahaan. Lindrianasari (2007) menemukan hubungan yang positif pengaruh pertumbuhan profit margin terhadap kinerja lingkungan.

Imas (2008) tidak menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara pengungkapan kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian yang dilakukan Aldilla dan Dian (2009) juga menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Dengan demikian, hipotesis pertama pada penelitian ini sebagai berikut:

H1: Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap kinerja finansial perusahaan.

2.8.2. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

Pada penelitian Lindrianasari (2007) mengenai hubungan positif dan signifikan antara kualitas pengungkapan lingkungan terhadap kinerja lingkungan menjadikan peneliti ingin meneliti lebih jauh. *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* oleh Gray dkk (2001) didefinisikan sebagai suatu proses penyediaan

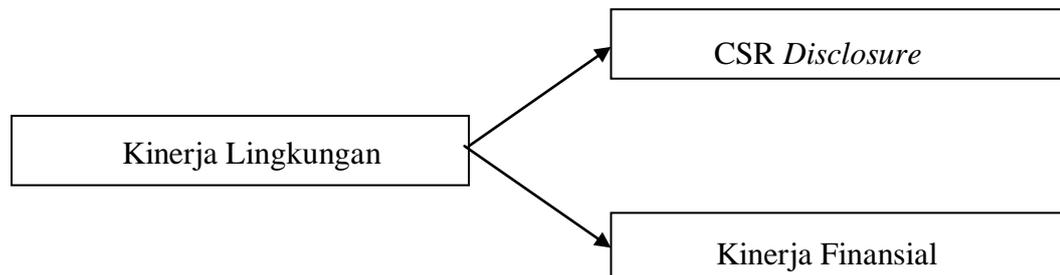
informasi yang dirancang untuk mengemukakan masalah seputar *social accountbilty*, yang mana secara khas tindakan ini dapat dipertanggungjawabkan dalam media seperti laporan tahunan maupun bentuk iklan-iklan yang berorientasi sosial. Sedangkan Deegan (1996) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* sebagai suatu metode yang dengannya manajemen akan dapat berinteraksi dengan masyarakat secara luas untuk mempengaruhi persepsi luar masyarakat terhadap suatu organisasi atau perusahaan.

Menurut Suratno dkk, 2006 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 baik dibandingkan perusahaan dengan *environmental performance* yang lebih buruk. Penelitian dari Al-Tuwaijri, et.al. (2004) yang menemukan hubungan positif signifikan antara *environmental performance* menunjukkan hasil yang konsisten dengan teori tersebut. Begitu pula halnya dengan penelitian serupa oleh Suratno dkk (2006) yang menemukan hubungan positif dan signifikan secara spesifik antara kinerja lingkungan dengan *CSR disclosure*. Hipotesis kedua penelitian ini dirumuskan:

H2: Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*.

2.9 Rerangka Konseptual

Rerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang baik berita bagi investor maupun calon investor. Perusahaan yang memiliki tingkat kinerja lingkungan yang tinggi akan direspon positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan. Harga saham perusahaan secara relatif dalam industri yang bersangkutan merupakan cerminan pencapaian kinerja finansial perusahaan.

Begitu pula dengan pengungkapan informasi lingkungan perusahaan manufaktur yang dinilai sebagai perusahaan berisiko lingkungan yang tinggi. Perusahaan dengan pengungkapan informasi lingkungan yang tinggi dalam laporan keuangan akan lebih dapat diandalkan. Laporan keuangan yang handal tersebut akan berpengaruh terhadap kinerja finansial, dimana investor akan merespon secara positif dengan fluktuasi harga pasar saham yang semakin tinggi, begitu pula sebaliknya.