

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Corporate Social Responsibility*

2.1.1. *Definisi Corporate Social Responsibility*

Pengertian dari Corporate Social Responsibility (CSR) telah dikemukakan oleh banyak pakar. Diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mendefinisikan CSR sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Tanggung jawab sosial secara lebih sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Proses pengambilan keuntungan tersebut perusahaan seringkali menimbulkan kerusakan lingkungan dan dampak sosial lainnya.

Selain itu terdapat beberapa definisi yang berpengaruh diantaranya :

Versi WBCSD (World Business Council for Sustainable Development) :

“The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of work life of workforce and their families as well as of the local community and social large”, yang berarti bahwa definisi CSR adalah komitmen bisnis yang berkelanjutan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas kehidupan kerja karyawan dan kerja mereka dan komunitas lokal dan masyarakat yang luas.

Versi Bank Dunia (World Bank):

"CSR is the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development", yang berarti bahwa definisi CSR adalah komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan karyawan dan perwakilannya, komunitas lokal dan masyarakat yang luas untuk meningkatkan kualitas hidup, melalui jalan bisnis dan perkembangan yang baik.

Di Indonesia, Corporate Social Responsibility merupakan serangkaian kegiatan pameran, seminar, diskusi, social event yang berkaitan dengan berbagai upaya tanggung jawab sosial korporat kepada masyarakat dan lingkungan yang bertujuan sebagai ajang penyebarluasan informasi mengenai prestasi dan kinerja korporasi dalam program tanggung jawab sosial perusahaan dan pemberdayaan masyarakat. Berdasarkan definisi-definisi tersebut elemen-elemen CSR dapat dirangkum sebagai aktivitas perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi antara aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial tanpa mengesampingkan ekspektasi para pemegang saham (menghasilkan profit).

Adapun pengukuran indikator yang digunakan di dalam *corporate social responsibility* pada Bank Perkereditan Rakyat menurut Manfred Zeller, Cécile Lapenu, Martin Greeley.2003. *Measuring social performance of micro-finance institutions: A proposal* . Social Performance Indicators Initiative (SPI) Final Report adalah sebagai berikut :

1. Jangkauan Kepada Orang Miskin dan Minoritas

- a. BPR Seharusnya dapat diakses oleh masyarakat miskin, masyarakat terkecil, wanita, dan masyarakat yang tidak berpendidikan.
- b. BPR seharusnya memberikan pinjaman kepada klien yang berada di desa tertinggal
- c. BPR seharusnya memberikan pinjaman kepada pekerja informal (buruh harian lepas, penyewa yang tidak memiliki lahan, dll)
- d. BPR Seharusnya memberikan pinjaman kepada klien yang hanya memiliki jaminan social (rekomendasi dari pihak ketiga atau jaminan yang memiliki nilai yang rendah).

2. Jangkauan Pelayanan

- a. BPR Seharusnya menyediakan pinjaman dengan berbagai jangka waktu (1, 6, 12 bulan)
- b. BPR seharusnya menyediakan pinjaman bagi kebutuhan darurat
- c. BPR seharusnya menyediakan tabungan sukarela
- d. BPR Seharusnya menyediakan produk asuransi
- e. BPR Seharusnya menyediakan pinjaman dengan pembayaran yang fleksibel.
- f. BPR Sebaiknya dekat dengan tempat tinggal nasabah.
- g. BPR seharusnya dapat memberikan pinjaman dengan prosedur yang cepat dan mudah
- h. BPR seharusnya melakukan survey tentang kepuasan klien

3. *Improvement Social and Political Capital of Clients.*

- a. BPR Seharusnya memberikan laporan pinjaman yang membedakan antara jumlah pinjaman dan jumlah bunga serta biaya yang harus dibayar untuk memberikan informasi yang jelas kepada peminjam.
- b. BPR seharusnya memberikan laporan tertulis setiap transaksi pinjaman.
- c. BPR seharusnya memberikan laporan tertulis setiap transaksi tabungan.
- d. BPR Seharusnya memberikan akses nasabah kepada laporan tahunan BPR.
- e. BPR Seharusnya memiliki kegiatan yang dapat memperkuat ikatan social adengan komunitas yang dilayaninya.
- f. BPR seharusnya menyelenggarakan pelatihan untuk meningkatkan kepemimpinan bagi kliennya.

4. *Institution Responsibility*

- a. BPR Seharusnya melakukan studi social ekonomi untuk menilai kondisi klien
- b. BPR seharusnya menyediakan anggaran tahunan untuk pelatihan karyawan
- c. BPR seharusnya melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan.
- d. BPR Seharusnya memberikan akses nasabah kepada laporan tahunan BPR
- e. BPR Seharusnya memberikan jaminan kesehatan bagi karyawannya.

- f. BPR seharusnya menyediakan asuransi yang membebaskan keluarga dari kewajiban membayar hutang apabila terjadi kasus kematian.
- g. BPR seharusnya memberikan penjadwalan utang bila terjadi bencana alam atau kejadian khusus
- h. BPR seharusnya menghormati budaya local yang berlaku.
- i. BPR seharusnya memiliki pekerja yang dapat berbicara dengan bahasa setempat dan memahami budaya setempat.

2.1.2. Prinsip Dasar Corporate Social Responsibility

Prinsip-prinsip dasar Corporate Social Responsibility yang menjadi bagi pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan menurut ISO 26000 dalam Daniri (2008) meliputi:

1. Kepatuhan terhadap hukum
2. Menghormati instrumen/badan-badan Internasional
3. Menghormati stakeholders dan kepentingannya
4. Akuntabilitas
5. Transparansi
6. Perilaku yang beretika
7. Melakukan tindakan pencegahan
8. Menghormati dasar-dasar HAM

Perusahaan selain menerapkan CSR juga perlu melakukan pengungkapan (disclosure) atas aktivitas CSR yang dilakukan kepada stakeholder. Penerapan CSR adalah suatu perbuatan perusahaan untuk menerapkan kegiatan CSR,

sedangkan pengungkapan menurut Ermayanti (2009) merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan dan secara teknis merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi, yaitu penyajian informasi dalam bentuk statemen keuangan.

2.1.3. Manfaat Corporate Social Responsibility

Menurut Daniri (2008) terdapat dua hal yang dapat mendorong perusahaan menerapkan CSR, yaitu bersifat dari luar perusahaan (external drivers) dan dari dalam perusahaan (internal drivers). Termasuk kategori pendorong dari luar, misalnya adanya regulasi, hukum, dan diwajibkannya analisis mengenai dampak lingkungan (Amdal).

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu profit, lingkungan, dan masyarakat. Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan mengembangkan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah.

Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Kotler dkk (2005) menjelaskan bahwa terdapat banyak manfaat yang dapat diperoleh atas aktivitas CSR. Adapun manfaat dari CSR tersebut adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan penjualan dan market share
2. Memperkuat brand positioning

3. Meningkatkan citra perusahaan.
4. Menurunkan biaya operasi.
5. Meningkatkan daya tarik perusahaan di mata para investor dan analisis keuangan.

Dengan melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Kondisi seperti itulah yang pada gilirannya dapat memberikan keuntungan ekonomi-bisnis kepada perusahaan yang bersangkutan. CSR tidaklah harus dipandang sebagai tuntutan represif dari masyarakat, melainkan sebagai kebutuhan dunia usaha.

2.1.4. Pendapat atau argumen mengenai corporate social responsibility

Ada beberapa pendapat atau argumen mengenai CSR, baik yang mendukung maupun yang menentang. Yang mendukung CSR adalah para eksekutif bisnis yang percaya bahwa CSR adalah ide yang baik kelompok aktivitas yang meminta untuk memelihara lingkungan, melindungi konsumen, usaha perlindungan terhadap keamanan dan kesehatan dari pekerja, mencegah diskriminasi dari pekerjaan, menentang penyerangan privasi yang diakibatkan penggunaan internet juga mendukung CSR.

Selain yang mendukung CSR, ada juga yang menentang hal tersebut. Banyak orang di dunia bisnis yang melakukannya. Mereka percaya bahwa bisnis seharusnya tetap untuk membuat keuntungan dan meninggalkan hal sosial kepada kelompok lain di dalam masyarakat. Sebagian ahli ekonomi takut pencarian sasaran sosial oleh bisnis akan menurunkan efisiensi ekonomi perusahaan, dengan

demikian masyarakat kehilangan barang dan jasa yang penting. Sebagian yang lain meragukan tentang kepercayaan bisnis dengan perbaikan sosial, mereka lebih memilih inisiatif dan program pemerintah yang melaksanakan hal tersebut. Menanggapi sebagian dari kritik radikal dari system bisnis pribadi, tanggung jawab sosial adalah bukan apa-apa tetapi suatu kepandaian publik relation untuk menyembunyikan intensi bisnis sebenarnya untuk membuat banyak uang yang memungkinkan dihasilkan. Berikut tabel pendapat baik yang pro atau mendukung maupun kontra atau menentang *corporate social responsibility*, yaitu :

Tabel 2.1.

Argumen yang mendukung dan menentang Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan :

Mendukung	Menantang
<p><i>Harapan – harapan masyarakat</i> Opini publik sekarang mendukung pengusaha yang mengejar sasaran ekonomi dan sosial.</p> <p><i>Laba jangka panjang</i> Perusahaan-perusahaan yang secara sosial bertanggung jawab itu cenderung memiliki laba jangka panjang yang lebih terjamin.</p> <p><i>Kewajiban etis</i> Dunia bisnis seharusnya bertanggung jawab secara sosial karena tindakan-tindakan yang bertanggung jawab itu merupakan tindakan yang tepat untuk dilakukan.</p> <p><i>Citra Masyarakat</i> Dunia bisnis dapat menguntungkan dengan mengejar sasaran-sasaran sosial.</p> <p><i>Lingkungan yang lebih baik</i> Keterlibatan dunia bisnis dapat menolong memecahkan masalah yang sulit.</p>	<p><i>Keunggulan pemecahan atas penyembuhan</i> Dunia bisnis harus memecahkan masalah sosial sebelum masalah itu menjadi serius dan mahal untuk membenahinya</p> <p><i>Menghalangi maksimalisasi laba</i> Dunia bisnis menjadi bertanggung jawab secara sosial hanya jika ia mengejar kepentingan ekonominya.</p> <p><i>Lunturnya tujuan</i> Mengejar saran-saran sosial bertanggung jawab tidak menutup biayanya dan seseorang harus membayar biaya ini.</p> <p><i>Biaya</i> Banyak tindakan yang secara sosial bertanggung jawab tidak menutup biayanya dan seseorang harus membayar biaya ini.</p> <p><i>Terlampau banyak kekuasaan</i></p>

<p><i>Menghambat peraturan pemerintah lebih lanjut.</i> Dengan menjadi tanggung jawab secara sosial, dunia bisnis dapat mengharapkan berkurangnya peraturan pemerintah.</p> <p><i>Keseimbangan tanggung jawab dengan kekuasaan.</i> Dunia bisnis memiliki banyak kekuasaan di dalam masyarakat. Dibutuhkan jumlah tanggung jawab yang sama besar untuk mengimbangnya.</p> <p><i>Kepentingan-kepentingan pemegang saham</i> Tanggung jawab sosial akan memperbaiki harga saham perusahaan dalam jangka panjang.</p> <p><i>Kepemilikan sumberdaya</i> Dunia bisnis memiliki sumberdaya dalam rangka mendukung proyek amal yang memerlukan bantuan.</p>	<p>Dunia bisnis mempunyai terlalu banyak kekuasaan jika mereka mengejar sasaran-sasaran sosial, dunia bisnis itu bahkan akan memiliki kekuasaan yang lebih besar lagi.</p> <p><i>Kurangnya keterampilan.</i> Para pemimpin bisnis yang memiliki keahlian yang diperlukan untuk memecahkan masalah sosial.</p> <p><i>Kurangnya pertanggung jawaban</i> Tidak ada garis-garis tanggung jawab sosial langsung untuk berbagai tindakan sosial.</p>
--	--

Sumber : Robbins dan Coulter, Manajemen, Edisi 7: 2005

Dari tabel 2.1. dapat diungkapkan suatu cara lain memahami peran yang dimainkan tanggung jawab sosial dalam mempengaruhi manajer dalam mengambil keputusan ketika mereka merancang, mengorganisir, memimpin, dan mengendalikan adalah dengan melihat argumen yang mendukung dan menentang tanggung jawab sosial. Dari tabel tersebut dapat pula dijelaskan bagaimana argumen khusus yang mendukung dan menentang perusahaan yang mengembang tanggung jawab sosial.

2.2. Sustainability

2.2.1. Definisi Sustainability (Keberlanjutan)

Konsep sustainability pada mulanya tercipta dari pendekatan ilmu kehutanan. Istilah ini berarti suatu upaya untuk tidak akan pernah memanen lebih banyak daripada kemampuan panen hutan pada kondisi normal.

Makna lain dari keberlanjutan seperti yang dikemukakan oleh ekonom Solow (1991) dalam (Whitehead, 2006) mengemukakan keberlanjutan sebagai hasil masyarakat yang memungkinkan generasi mendatang setidaknya tetap memiliki kekayaan alam yang sama dengan generasi yang ada pada saat ini. Dalam pidatonya menjelaskan bahwa keberlanjutan tidak berarti kemudian memerlukan penghematan sumber daya yang sedemikian khusus, melainkan hanya memastikan kecukupan sumber daya (kombinasi dari sumber daya manusia, fisik, dan alam) untuk generasi mendatang, sehingga membuat standar hidup mereka setidaknya sama baiknya dengan generasi saat ini. Ide utama yang dimiliki oleh Solow adalah bentuk peningkatan usaha untuk terus berupaya meninggalkan sumber daya yang cukup bagi generasi mendatang secara berkelanjutan. Sehingga masalah utamanya yakni keputusan mengenai seberapa banyak yang akan dikonsumsi saat ini, bila dibandingkan dengan seberapa banyak yang mampu dilakukan, sebagai faktor penggerak utama bagi *Sustainability* (Whitehead,2006).

Pandangan lain mengenai *sustainability* dari Daly (dalam Nugroho, 2006) mengatakan *sustainability* merupakan suatu keadaan yang dapat dipertahankan

dalam jangka waktu yang tidak terbatas. Dari pernyataan ini diusulkan tiga kaidah operasional dalam mendefinisikan keadaan dari *sustainability*, yaitu :

1. Sumber daya alam yang dapat diperbarui seperti ikan, tanah, dan air harus digunakan tidak lebih cepat dari waktu yang dibutuhkan sumber daya alam tersebut untuk diperbarui kembali;
2. Sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui seperti bahan bakar dari fosil dan mineral harus digunakan tidak lebih cepat dari kemampuan sumber daya alam yang dapat diperbarui untuk menggantikannya;
3. Polusi dan sampah harus dikeluarkan tidak lebih cepat daripada kemampuan alam untuk menyerapnya, mendaur ulangnya, atau bahkan memusnahkannya.

Indikator-indikator dalam penelitian ini mengacu pada faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan yaitu :

1. Jumlah Nasabah BPR yang dilayani
2. Kebijakan Pemerintah yang berhubungan dengan BPR dan kebijakan keuangan.
3. Cakupan Wilayah dari BPR
4. Volume dari kredit yang ditawarkan kepada nasabah BPR
5. Manajemen BPR
6. Teknologi yang digunakan BPR
7. Kualifikasi/Motivasi dari Staff BPR

2.2.2. Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainability Development*)

Brutland report 1987 merupakan suatu dokumen awal yang membahas mengenai konsep awal dari *sustainability*. Dokumen tersebut membahas mengenai dua masalah utama yakni pembangunan dan lingkungan. Hal ini dapat diinterpretasikan sebagai kebutuhan *versus* sumber daya, atau sebagai jangka panjang *versus* jangka pendek. Sampai saat ini, keberlanjutan selalu dilihat dalam tiga dimensi yakni : sosial, ekonomi, dan lingkungan (Wikipedia, 2007). Pengertian *sustainability* yang diadopsi dari *United Nations* (dalam *Agenda for Development*) yakni pembangunan yang wawasan multidimensional dalam mencapai kualitas hidup yang lebih tinggi. Pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan terhadap lingkungan akan saling tergantung dan memperkuat komponen-komponen yang ada pada pembangunan berkelanjutan (Kuhlman, 2010).

2.2.3. Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*)

Sustainability Report memiliki definisi yang beragam, menurut Elkington (1997) SR berarti laporan yang memuat tidak saja informasi kinerja keuangan tetapi juga informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan bisa bertumbuh secara berkesinambungan (*sustainable performance*).

Sustainability report juga digunakan oleh institusi pemerintah misalnya dari pihak kementerian lingkungan untuk membuat penilaian atas kinerja perusahaan terhadap lingkungan dalam setiap pelaporan organisasi. Seperti halnya di Indonesia, peraturan dalam pengungkapan CSR dapat ditemukan dalam aturan

yang dikeluarkan oleh Bapepam dan Undang-undang nomor 40/2007 tentang Perseroan Terbatas. Pengungkapan laporan keberlanjutan dalam aturan yang telah ditetapkan berupa laporan yang berdiri sendiri, meskipun masih banyaknya pengimplementasian CSR yang diungkapkan bersamaan dengan laporan tahunan suatu perusahaan (Gunawan, 2010).

2.2.3.1. Prinsip Pengungkapan Sustainability Report

Pengungkapan Sustainability Report yang sesuai dengan GRI (Global Reporting Index) memiliki prinsip-prinsip yang tercantum dalam GRI-G3 Guidelines, yaitu:

1. Keseimbangan

Laporan harus menggambarkan aspek positif dan negatif dari kinerja perusahaan untuk dapat memungkinkan penilaian yang masuk akal terhadap keseluruhan kinerja. Keseluruhan penyajian isi laporan harus menyajikan gambaran yang tidak bias terhadap kinerja organisasi. Laporan harus menghindari pemilihan, penghilangan, atau penyajian format yang memungkinkan kesalahan penilaian oleh pembaca laporan.

2. Dapat dibandingkan

Sustainability Report berisi isu-isu dan informasi harus dipilih, dikumpulkan, dan dilaporkan secara konsisten. Informasi yang dilaporkan harus disajikan dalam sebuah cara yang memungkinkan pemangku kepentingan dapat menganalisis perubahan kinerja organisasi dari waktu ke waktu dan dapat mendukung analisis relatif terhadap organisasi lainnya. Perbandingan sangat dibutuhkan dalam mengevaluasi kinerja. Pemangku kepentingan yang

menggunakan laporan harus dapat membandingkan informasi kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial yang dilaporkan dengan kinerja organisasi sebelumnya, sasarannya, dan apabila memungkinkan dengan kinerja organisasi lainnya. Konsistensi dalam melaporkan memungkinkan pihak-pihak internal dan eksternal untuk melakukan perbandingan.

3. Akurat

Informasi yang dilaporkan dalam Sustainability Report harus cukup akurat dan rinci sehingga memungkinkan pemangku kepentingan untuk menilai kinerja organisasi. Tanggapan terhadap topik dan indikator ekonomi, lingkungan dan sosial dapat diekspresikan dalam berbagai cara, mulai dari tanggapan secara kualitatif sampai kepada pengukuran kuantitatif secara detail. Karakteristik yang menentukan ketepatan adalah berbeda berdasarkan sifat dari informasi serta pengguna informasi. Sebagai contoh, ketepatan dari informasi kualitatif sangat ditentukan oleh tingkatan kejelasan, detail, dan keseimbangan penyajian laporan dalam Batasan Laporan yang tepat. Sebaliknya, ketepatan dari informasi kuantitatif akan sangat tergantung pada metode khusus yang digunakan dalam memperoleh, mengkompilasi dan menganalisis data. Tuntutan akan ketepatan sebagian besar akan tergantung pada tujuan dari penggunaan informasi. Sejumlah kebijakan akan membutuhkan ketepatan yang tinggi dalam melaporkan informasi dibandingkan dengan yang lainnya.

4. Urut waktu

Laporan dilakukan berdasarkan jadwal reguler serta informasi kepada pemangku kepentingan tersedia tepat waktu ketika dibutuhkan dalam mengambil

kebijakan. Kegunaan informasi akan sangat terkait dengan apakah waktu pengungkapannya kepada pemangku kepentingan dapat memungkinkan mereka untuk mengintegrasikannya secara efektif dalam pembuatan kebijakan yang mereka lakukan.

5. Kesesuaian

Informasi harus disediakan dalam cara yang dapat dimengerti dan diakses oleh pemangku kepentingan yang menggunakan laporan. Laporan harus menyajikan informasi dalam cara yang dapat dimengerti, dapat diakses, dan dapat digunakan oleh para pemangku kepentingan organisasi (baik dalam bentuk cetak maupun saluran lainnya). Pemangku kepentingan harus dapat menemukan informasi yang dibutuhkannya tanpa harus bekerja keras. Informasi harus disajikan dalam cara yang komprehensif kepada pemangku kepentingan yang telah memiliki pemahaman akan organisasi dan aktivitasnya. Grafik dan tabel data terkonsolidasi dapat membantu dalam memahami dan mengakses informasi yang ada dalam laporan.

6. Dapat dipertanggungjawabkan

Informasi dan proses yang digunakan dalam penyusunan laporan harus dikumpulkan, direkam, dikompilasi, dianalisis, dan diungkapkan dalam sebuah cara yang dapat diuji dan dapat membentuk kualitas dan materialitas dari laporan. Pemangku kepentingan harus yakin bahwa sebuah laporan dapat dicek ketepatan dan ketelitian isinya serta tingkatan Prinsip Pelaporan yang digunakan. Informasi dan data yang termasuk dalam laporan harus didukung oleh pengendalian internal

atau dokumentasi yang dapat di-review oleh individu di luar mereka yang terlibat dalam pembuatan laporan.

2.2.3.2. Konsep *Triple Bottom Line*

Ide dalam *sustainability* memiliki tiga dimensi yang di dapat dari konsep *Triple Bottom Line* yang dikemukakan oleh Elkington. Elkington beranggapan bahwa hal ini berasal dari pendekatan ilmu manajemen yang dimaksudkan sebagai cara untuk mengoperasionalkan tanggung jawab sosial perusahaan (Kuhlman, 2010). Ratner (2004) mengatakan para ekonom adalah kelompok yang paling enggan dalam menangani isu-isu keberlanjutan karena mereka memperlakukan keberlanjutan sebagai masalah sumber daya ekonomi daripada masalah publik. Alasan mengapa ekonom enggan untuk mengakui keberlanjutan sebagai isu publik dikarenakan bahwa konsep keberlanjutan secara fundamental tidak sesuai dengan teori ekonomi konvensional (Rogers & Jalal, dkk, 2008) dalam (Woodfin, 2007).

Social Economic Council of Netherland (SER) (dalam Moon, 2006) menekankan bahwa kontribusi perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat tidak terbatas pada penciptaan nilai ekonomi saja, namun juga harus memperhatikan ciptaan nilai pada tiga bidang, mengacu pada *Triple-P bottom line*. Hal-hal tersebut adalah :

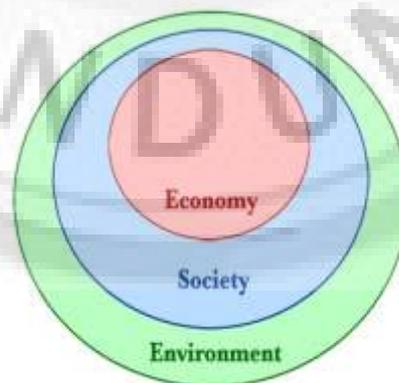
1. **Profit (keuntungan)**: Dimensi ini mengacu pada ciptaan nilai melalui produksi barang dan jasa dan melalui ciptaan pekerjaan (*employment*) dan sumber-sumber pendapatan.

2. **People (manusia)**: Meliputi beragam aspek mengenai dampak operasional perusahaan terhadap kehidupan manusia, baik di dalam maupun di luar organisasi, seperti kesehatan (*health*) dan keamanan (*safety*).
3. **Planet (bumi)**: Dimensi ini berhubungan dengan dampak perusahaan terhadap lingkungan alam.

Pada awal tahun 1970, *sustainability* digunakan untuk mendeskripsikan ekonomi sebagai suatu keseimbangan yang berdasarkan *ecological support system*. Ekologi itu sendiri merujuk kepada *the limits to growth*, melalui alternatif-alternatif tindakan ekonomi dalam rangka untuk mengatasi masalah lingkungan (Stivers (dalam Wikipedia, 2007)). Skema mengenai lingkup *sustainability* sebagai dasar bagaimana aspek ekonomi dan masyarakat waktu itu dibatasi oleh lingkungan akan digambarkan sebagai berikut

Gambar 2.2.

Skema Deskripsi *Sustainability*



Sumber: http://en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_development,2010

Dalam kaitannya dengan *sustainability development*, tidak hanya ada isu tunggal saja yang terdapat di dalamnya melainkan isu ekonomi, isu sosial serta isu lingkungan. *Sustainability development* hanya akan dapat tercapai jika ketiga pilar tersebut sebelumnya terpenuhi semua (Adams (dalam Wikipedia, 2007).

2.3. Environment

2.3.1. Definisi Environment

Kinerja lingkungan perusahaan menurut Suratno dkk (2006) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (green). Kinerja lingkungan merupakan kinerja perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang baik atau ketika perusahaan mengeluarkan biaya terkait dengan aspek lingkungan yang secara otomatis akan membangun citra yang baik di mata *stakeholder* dan calon investor sehingga akan direspon positif oleh pasar dan sebagai wujud tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan (Arfan Ikhsan, 2009 dalam jurnal Luciana, 2007).

Perusahaan memberikan perhatian terhadap lingkungan sebagai wujud tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan. Kinerja lingkungan menurut Sturm (1998) dalam Purwanto (2000) didefinisikan sebagai “hasil 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.

Indikator yang dipilih sepanjang lima dimensi utama kinerja lingkungan dalam keuangan mikro yaitu : Kebijakan lingkungan, Jejak Ekologis, penilaian resiko lingkungan, kredit mikro hijau.

1. Kebijakan Lingkungan hidup

- a. Perlindungan lingkungan disebutkan dalam visi resmi, misi, dan nilai-nilai atau institusi anda Misi / Visi / Nilai
- b. BPR memiliki kebijakan formal tentang tanggung jawab terhadap lingkungan Kebijakan Lingkungan
- c. BPR menunjuk seseorang di institusi Anda untuk mengelola isu-isu lingkungan
- d. BPR menyiapkan sistem insentif untuk mendorong karyawan untuk memperhitungkan tujuan lingkungan tertentu? (misalnya: bonus, promosi).

2. Jejak Ekologis (*Ecological Footprint*)

- a. BPR seharusnya melakukan audit karbon.
(Audit Carbon = evaluasi gas rumah kaca emisi dari suatu organisasi)
- b. BPR seharusnya mengatur tujuan khusus untuk mengurangi jejak ekologi.
(misalnya: pengurangan konsumsi energi, emisi karbon, limbah, dll)
- c. BPR seharusnya menggunakan *toolkit* untuk meningkatkan kesadaran karyawan dari praktik yang baik dalam pemanfaatan kertas, air, konsumsi energi, transportasi, pengelolaan sampah, dll. (misalnya: prosedur manual, presentasi power point, brosur).

3. Risiko Lingkungan (*Environment Risks Assessment*)
 - a. BPR Sebaiknya menggunakan daftar pengecualian lingkungan. (Daftar Pengecualian = daftar kegiatan yang Anda menolak untuk membiayai karena mereka berbahaya bagi lingkungan).
 - b. BPR sebaiknya menggunakan *toolkit* khusus untuk mengevaluasi risiko lingkungan dari kegiatan kliennya.
 - c. BPR sebaiknya menggunakan modul pelatihan untuk mengajarkan petugas kredit bagaimana untuk mengevaluasi risiko lingkungan dari kegiatan klien mereka.
 - d. BPR sebaiknya masuk dalam Sistem Informasi Pengawasan (Monitoring Information System/ MIS) yang memungkinkan Anda untuk melacak kinerja lingkungan klien.
4. Kredit Mikro Hijau (*Green Microcredit*)
 - a. BPR Sebaiknya menawarkan kredit mikro untuk mengakses energy terbarukan atau teknologi penghematan energy (misalnya system tenaga surya, digester biogas, kincir angin dll).
 - b. BPR Sebaiknya menggunakan *toolkit* khusus untuk mengevaluasi risiko lingkungan dari kegiatan kliennya.
5. Lingkungan, Pelayanan Non Keuangan (*Environment, Non Financial Services*)
 - a. BPR Sebaiknya meminta klien untuk menandatangani grafik lingkungan (Grafik Lingkungan = dokumen yang ditandatangani oleh klien, di mana mereka berkomitmen untuk mengadopsi perilaku ramah lingkungan).

- b. BPR sebaiknya menerapkan program untuk meningkatkan kesadaran klien dari risiko lingkungan. (misalnya: brosur, diskusi selama pertemuan kelompok, dll)
- c. BPR Sebaiknya melakukan kegiatan untuk mempromosikan usaha mikro yang ramah lingkungan.(misalnya: kontes untuk klien yang paling ramah lingkungan, Pameran organisasi mikro yang ramah lingkungan, dll)
- d. BPR Sebaiknya menawarkan jasa untuk mendukung klien yang ingin mengembangkan kegiatan ramah lingkungan. (misalnya: pelatihan, bantuan teknis)

2.3.2. Faktor-Faktor yang Mendorong Perusahaan Melakukan Manajemen Lingkungan

Ja'far dan Arifah (2006) menjelaskan ada beberapa faktor yang mendorong perusahaan melakukan manajemen lingkungan di antaranya yaitu:

1. Regulatory demand, tanggungjawab terhadap lingkungan muncul sejak 30 tahun terakhir. Setelah masyarakat meningkatkan tekannya kepada pemerintah untuk menetapkan peraturan pemerintah sebagai dampak meluasnya polusi. Sistem pengawasan manajemen lingkungan menjadi dasar untuk skor lingkungan, seperti program – program kesehatan dan keamanan lingkungan.
2. Cost factory, adanya komplain – komplain terhadap produk – produk perusahaan akan membawa konsekuensi munculnya biaya pengawasan kualitas yang tinggi, karena semua aktivitas yang terlibat dalam proses

produksi perlu dipersiapkan dengan baik. Konsekuensi perusahaan untuk mengurangi polusi juga berdampak pada munculnya berbagai biaya seperti biaya pengelolaan limbah, penggunaan mesin yang *clean technology*, dan biaya kebersihan.

3. *Competitive requirement*, semakin berkembangnya pasar global dan munculnya berbagai kesepakatan perdagangan sangat berpengaruh pada munculnya gerakan standarisasi manajemen kualitas lingkungan.

Persaingan internasional maupun nasional telah menuntut perusahaan untuk mendapatkan jaminan di bidang kualitas. Sistem manajemen lingkungan yang komprehensif terdiri dari kombinasi lima pendekatan yaitu (Ja'far dan Arifah 2006) :

1. Meminimalkan dan mencegah waste (pemborosan), merupakan perlindungan lingkungan efektif yang sangat membutuhkan pencegahan terhadap aktivitas yang tidak berguna. Pencegahan polusi merupakan penggunaan material atau bahan baku, proses produksi atau praktek – praktek yang dapat mengurangi meminimalkan atau mengeliminasi penyebab polusi atau sumber – sumber polusi. Tuntutan aturan dan cost untuk pengawasan polusi yang semakin meningkat merupakan faktor penggerak bagi perusahaan untuk menemukan cara – cara yang efektif untuk mencegah polusi.
2. *Management demand side*, merupakan sebuah pendekatan dalam pencegahan polusi yang asal mulanya digunakan dalam industri. *Demand side industry* mengharuskan perusahaan untuk melihat dirinya sendiri

dalam sudut pandang baru, sehingga dapat menemukan peluang – peluang baru.

3. Desain lingkungan, merupakan bagian integral dari proses pencegahan polusi dan manajemen lingkungan proaktif. Perusahaan sering dihadapkan pada inefisiensi dalam mendesain produk, misalnya produk tidak bisa dirakit kembali, diupgrade kembali, dan direcycle. Desain lingkungan diharapkan dapat mengurangi biaya reprosesing dan mengembalikan produk ke pasar secara lebih cepat dan ekonomis.
4. Product stewardship, merupakan praktik – praktik untuk mengurangi risiko terhadap lingkungan melalui masalah – masalah dalam desain, manufaktur, distribusi, pemakaian atau penjualan produk. Alternatif produk yang memiliki less pollution dan alternatif material, sumber energi, metode prosesing yang mengurangi waste menjadi kebutuhan bagi perusahaan
5. Full cost environmental accounting, merupakan konsep yang secara langsung akan berpengaruh terhadap individu, masyarakat, dan lingkungan yang biasanya tidak mendapatkan perhatian dari perusahaan.

2.4.Kinerja Keuangan Perusahaan

2.4.1. Definisi Kinerja Keuangan Perusahaan

Kinerja keuangan perusahaan merupakan hasil dari banyak keputusan yang dibuat oleh pihak manajemen perusahaan secara terus menerus untuk mencapai satu tujuan secara efektif dan efisien. Untuk mengukur kinerja keuangan

perusahaan perlu dilakukan analisa laporan keuangan. Kinerja sebuah perusahaan lebih banyak diukur berdasarkan rasio-rasio keuangan selama periode tertentu. Ada dua kelompok yang menganggap rasio keuangan berguna. Pertama, terdiri dari manajer yang menggunakannya untuk mengukur dan melacak kinerja perusahaan selama periode tertentu. Kedua, laporan keuangan mencakup para analis yang merupakan pihak eksternal bagi perusahaan. Kinerja keuangan berdasarkan analisis rasio keuangan dapat dikelompokkan menjadi 5 jenis berdasarkan ruang lingkupnya, yaitu : (Ang 2007:18)

1. Rasio Likuiditas

Rasio ini menyatakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dalam jangka pendek. Rasio likuiditas terdiri dari: *Current Ratio*, *Quick Ratio*, dan *Net 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 capitalization Ratio*, *Times Interest Earned*, *Cash Flow Interest Coverage*, *Cah Flow Interest Coverage*, *Cash Flow to Net Income*, dan *Cash Return on Sales*.

3. Rasio Aktivitas

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

4. Rasio Profitabilitas

Rasio ini menunjukkan kemampuan dari perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio rentabilitas terdiri dari : *Gross Profit Margin, Net Profit Margin, eturn on Assets, 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 Sharre, Bokk Value Per Share*, dan *Price to Book Value*.

2.4.2 Rasio Profitabilitas

Rasio probabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya.

Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya. Adapun rasio probabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah ROA (Return On Assets).

2.4.2.1 Return On Asetss (ROA)

Return on asset (ROA), merupakan rasio antara saldo laba bersih setelah pajak dengan jumlah asset perusahaan secara keseluruhan. Return On Asset (ROA) atau yang sering disebut juga Return On Investment (ROI) yang merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola

investasinya. (James dan John 2005 : 224) mengatakan bahwa *Return on Asset (ROA)* merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan, semakin tinggi rasio ini berarti semakin baik keadaan suatu perusahaan. Disamping itu, hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil (rendah) rasio ini semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya, Kasmir (2008:202). ROA merupakan rasio suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dari asset yang dimiliki. ROA dalam analisis manajemen keuangan mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu teknik analisis keuangan yang bersifat menyeluruh atau komprehensif. Rasio ini mengukur efektivitas perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang akan digunakan untuk operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Munawir, 2002:89). Semakin besar nilai ROA berarti suatu perusahaan mempunyai kinerja yang bagus dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian total aktiva yang dimiliki sehingga berpengaruh terhadap harga saham, yaitu harga saham akan naik. Sunariyah (2004) menyatakan bahwa apabila perusahaan diperkirakan mempunyai prospek yang akan datang, nilai saham menjadi tinggi. Kasmir (2008:202). Secara matematis ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Keuntungan}}{\text{Aktiva}} \times 100\%$$

Keunggulan *Return On Asset (ROA)* adalah (Munawir,2008 dalam Isnaeni,2010):

- a. ROA dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan.
- b. ROA dapat memperbandingkan posisi perusahaan dengan rasio industri sehingga dapat diketahui apakah perusahaan berada di bawah, sama atau di atas rata – rata industri. Hal ini merupakan salah satu langkah dalam perencanaan strategi.
- c. ROA dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing – masing produk yang dihasilkan oleh perusahaan.
- d. ROA dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan – tindakan yang dilakukan oleh setiap divisinya dan pemanfaatan akuntansi divisinya.
- e. Selain berguna untuk kepentingan kontrol ROA juga berguna untuk kepentingan perencanaan.

Kelemahan *Return on Asset* (ROA) adalah (Munawir,2008 : 94) :

- a. ROA sebagai pengukur divisi sangat dipengaruhi oleh metode depresiasi aktiva tetap.
- b. ROA mengandung distorsi yang cukup besar terutama dalam kondisi inflasi, ROA akan cenderung tinggi akibat penyesuaian (kenaikan) harga jual, sementara itu beberapa komponen biaya masih dinilai dengan harga distorsi.

2.5 Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Sustainability dan Environment* Terhadap Return On Asetss

2.5.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility Terhadap Return On Asetss*

Penelitian Samsinar dkk (2010) tentang pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan dan harga saham pada perusahaan industri dan yang go public di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007-2009 menyatakan Kinerja keuangan Perusahaan yang diukur dengan ROA, ROE dan EVA berpengaruh positif pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada laporan keuangan perusahaan. Penelitian Permasari (2010) tentang pengaruh penerapan Corporate Social Responsibility terhadap tingkat profitabilitas, besaran pajak penghasilan, dan biaya operasi pada tingkat profitabilitas terhadap tingkat profitabilitas, besaran pajak penghasilan, dan biaya operasi pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia terdapat pengaruh yang signifikan dengan diterapkannya Corporate Social Responsibility terhadap profitabilitas perusahaan, profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan proksi ROA. Penelitian Hariyani (2011) tentang pengaruh implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap perbedaan profitabilitas perusahaan (Studi Kasus PT Unilever Indonesia Tbk) profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk sesudah CSR lebih profitable dibandingkan dengan sebelum CSR. Hal ini berarti bahwa sesudah PT Unilever Indonesia Tbk melakukan implementasi CSR lebih mampu dalam memanfaatkan seluruh kekayaannya untuk menghasilkan laba dibandingkan dengan sebelum melakukan implementasi CSR.

Ditemukan hasil yang berbeda pada penelitian Sarumpaet (2005) tentang *The relationship between environmental performance and financial performance of Indonesian companies* menyatakan tidak menemukan adanya hubungan antara CSR dan ROA, namun penelitian Sarumpaet (2005) memang hanya menggunakan satu periode pengamatan saja yaitu tahun 2000 dimana pengungkapan CSR masih bersifat sukarela. Penelitian Kusumadilaga (2010) tentang pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menyatakan berdasarkan output SPSS, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan.

Pengaruh.

2.5.2 Pengaruh Sustainability Terhadap Return On Asetss

Rasio profitabilitas merupakan salah satu indikator penting untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Profitabilitas yang diukur melalui *Return On Asetss* (ROA) merupakan suatu indikator kinerja manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Dalam studi literatur yang dilakukan oleh Finch (2005), dalam Dahlia dan Siregar (2008), dikatakan bahwa tujuan perusahaan menggunakan *sustainability reporting framework* adalah sebagai cara yang digunakan perusahaan untuk mengelola hubungan dengan *stakeholdernya*. Dengan pengungkapan *Sustainability Report* yang dilakukan perusahaan diharapkan dapat memberikan bukti nyata bahwa proses produksi yang dilakukan perusahaan tidak hanya berorientasi keuntungan, tetapi

juga memperhatikan isu sosial, dan lingkungan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder* yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan melalui peningkatan investasi yang berdampak pada peningkatan laba perusahaan. Artinya disini bahwa terdapat pengaruh Sustainability terhadap ROA.

2.5.3 Pengaruh *Environment* Terhadap *Return On Asetts*

Peran perusahaan di tengah komunitas suatu bangsa adalah tidak hanya sebagai “institusi ekonomi” yang mengejar tujuan ekonomi, tetapi juga sebagai “institusi sosial”. Sebagai institusi sosial, perusahaan dituntut melakukan pembaruan-pembaruan sosial dan mendonasikan sumberdaya ekonomiknya untuk membantu mengatasi isu-isu sosial dan lingkungan. Selain itu, setiap peningkatan skala operasi perusahaan juga secara otomatis akan meningkatkan skala dampak negatifnya pada lingkungan dan masyarakat, sementara profitsnya hanya dinikmati para pemegang saham. Hal ini menyebabkan ketidakadilan sehingga pebisnis dan korporasi harus bertindak adil dengan menyisihkan keuntungan untuk membantu mengatasi isu-isu sosial dan lingkungan. Meskipun dalam jangka pendek akan meningkatkan cost dan menurunkan laba, namun dalam jangka panjang akan mendatangkan Economic benefits bagi perusahaan. Sebagai contoh, pangsa pasar yang meluas karena loyalitas konsumen kian banyak, kelangsungan bisnis yang aman dan kondusif karena meningkatnya kepercayaan para stakeholder, serta profitabilitas yang juga akan meningkat (Lako A, 2011:105)

Pengungkapan performa (kinerja) perusahaan merupakan good news bagi pelaku pasar. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengungkapkan informasi dan mutu lingkungan agar perusahaan dikatakan memiliki environmental performance yang

baik. Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan (Verecchia, 1983 dalam Sudaryanto, 2011). Perusahaan diharapkan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang dengan menerapkan CSR (Noor Rakhiemah, 2009).

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dengan tema *Corporate Social Responsibility*, *sustainable Report* dan *Environmental Performance* saat ini memang tidak begitu banyak, namun beberapa referensi penelitian dapat diambil untuk menjadi pendukung dalam penelitian lain. Berikut beberapa penelitian-penelitian terdahulu mengenai *Corporate Social Responsibility*, *sustainable Report* dan *Environmental Performance* :

1. penelitian Tsoutsoura (2004) mengindikasikan bahwa hubungan CSR dengan kinerja keuangan (yang dilihat dari rasio profitabilitas ROA, ROE, dan ROS) adalah positif dan signifikan secara statistik. Artinya bahwa ada asosiasi positif antara CSR dan profitabilitas. Ada hubungan positif antara CSR dengan ketiga ukuran kinerja keuangan tersebut ($ROA < ROE < ROS$). Hal ini mendukung pandangan bahwa kinerja tanggung jawab sosial perusahaan dapat diasosiasikan dengan manfaat *triple bottom-line*.
2. Fauzi (2004) menggunakan *total index CSR*, *total asset*, beta, standar industri, *ratio total long term debt to total asset* sebagai variabel independen penelitiannya untuk menganalisis peningkatan kinerja keuangan yang diukur dengan ROA dan ROE. Hasil studi yang

dilakukannya menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara lingkungan kerja, kinerja lingkungan, dan *issue international* dengan kinerja keuangan. Efek interaktif CSR dan ukuran perusahaan terhadap ROA dan ROE menunjukkan hasil tes yang signifikan untuk pengukuran ROA dan tidak signifikan untuk ROE. Dan hanya variabel ukuran perusahaan yang menjadi pemoderasi hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan kinerja keuangan.

3. Anwar et al. (2010) meneliti pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan dan harga saham, dengan metode purposive sampling pada perusahaan manufaktur, telekomunikasi dan bank yang terdaftar di BEI selama tahun 2007-2009 dengan menggunakan metode analisis estimasi regresi persamaan simultan atau SEM (*Structural Equation Modeling*) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan EVA (*economic value added*), ROA (*return on assets*) dan ROE (*return on equity*), pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap harga saham di pasar modal.
4. Penelitian Yuniasih dan Wirakusuma (2007) melakukan penelitian mengenai pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR dan GCG sebagai variable pemoderasi. Hasil dari penelitian tersebut antara lain adalah ROA positif mempengaruhi nilai

perusahaan; pengungkapan CSR terbukti berpengaruh positif pada hubungan ROA dengan nilai perusahaan; dan, kepemilikan manajerial terbukti tidak berpengaruh terhadap hubungan antara ROA dengan nilai perusahaan. Sedangkan Menurut Luciana dan dkk 2011 kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan ROA berpengaruh positif terhadap pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan.

5. Jenia Nur Soelistyoningrum dan Andri Prastiwi, SE, M.Si, Akt (2011), melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia). Menggunakan variable *Sustainability Report* dan ROA, ROE, DPR menghasilkan *Sustainability Report* memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA dengan arah positif. Perusahaan dengan pengungkapan *Sustainability Report* yang luas cenderung mendapatkan ROA yang besar pada 1 tahun berikutnya. Pengujian hipotesis model II diperoleh bahwa pengungkapan *Sustainability Report* memiliki pengaruh signifikan terhadap CR dengan arah positif. Perusahaan dengan pengungkapan *Sustainability Report* yang luas cenderung mendapatkan CR yang besar pada 1 tahun berikutnya, sedangkan untuk pengujian hipotesis model III diperoleh bahwa *Sustainability Report* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap DPR.
6. Mahoney, et al (2003) yang meneliti hubungan antara kinerja sosial dan lingkungan perusahaan dengan kinerja keuangan (ROE dan ROA) dengan

variabel kontrol debt to assets ratio dan assets hasilnya menunjukkan hasil yang positif.

