

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia perbankan merupakan salah satu institusi yang sangat berperan dalam bidang perekonomian suatu negara (khususnya dibidang pembiayaan perekonomian). Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank merupakan sarana yang memudahkan aktivitas masyarakat untuk menyimpan uang, dalam hal perniagaan, maupun untuk investasi masa depan. Dana yang merupakan sarana vital bagi proses pertumbuhan perekonomian akan menjadi lebih produktif melalui perbankan. Bank menjadi industri jasa yang dipercaya sebagai perantara antara pihak yang mempunyai kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dan memerlukan dana.

Dilihat dari segi fungsinya, dibagi menjadi dua yaitu yang pertama adalah Bank Umum yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Yang kedua adalah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah, tetapi tidak memberikan jasa dalam lalulintas pembayaran.

BPR merupakan lembaga perbankan resmi yang diatur berdasarkan Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan dan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 10 tahun 1998. Bank Perkreditan Rakyat

(BPR) merupakan salah satu jenis bank yang dikenal melayani golongan pengusaha mikro, kecil dan menengah. Dengan lokasi yang pada umumnya dekat dengan tempat masyarakat yang membutuhkan. BPR adalah lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR.

BPR berasaskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian. Fungsi BPR sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Tujuan BPR Menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, penumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Sasaran BPR Melayani kebutuhan petani, peternak, nelayan, pedagang, pengusaha kecil, pegawai, dan pensiunan karena sasaran ini belum dapat terjangkau oleh bank umum dan untuk lebih mewujudkan pemerataan layanan perbankan, pemerataan kesempatan berusaha, pemerataan pendapatan, dan agar mereka tidak jatuh ke tangan para pelepas uang (rentenir).

Pada dasarnya pengembangan Bank Perkreditan Rakyat diarahkan untuk memberikan kesejahteraan bagi masyarakat terutama pada masyarakat kecil menengah dan berkontribusi secara optimal bagi perekonomian nasional Namun, terlepas dari tujuan tersebut, setiap perusahaan akan berusaha meningkatkan nilai perusahaan sehingga diminati investor. Yang dampaknya akan terasa bagi peningkatan kinerja keuangan perusahaan tersebut. Dengan adanya pendatang baru dan munculnya pelayanan perbankan yang semakin berkembang

menambah persaingan menjadi semakin ketat, Sehingga BPR dituntut untuk mengembangkan strategi bisnisnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggungjawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai salah satu strategi perusahaan untuk mendongkrak citra perusahaan yang kemudian dapat meningkatkan kinerja keuangannya, sedangkan kinerja keuangan menjadi salah satu faktor yang memberikan kebebasan kepada perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR. Dengankatalain, aktivitas CSR akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan yang diukur dari besarnya kinerja keuangan perusahaan.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya pada perusahaan industri yang menghasilkan dampak negatif pada lingkungan dan masyarakat, tetapi juga sektor-sektor lain seperti: jasa, asuransi, komunikasi, lembaga keuangan bank dan bukan bank (Djogo, 2005). Sektor perbankan diharapkan tidak hanya melaksanakan tugas-tugas utama perbankannya melainkan juga diminta untuk tetap memiliki kepedulian terhadap lingkungan (komunitas) sebagai wujud *corporate social responsibility*-nya. Kepedulian kepada masyarakat sekitar atau relasi komunitas dapat diartikan sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas (www.bi.go.id, 2007).

Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya melainkan sebagai sarana meraih keuntungan. Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan. Menurut konsep CSR sebuah perusahaan dalam melaksanakan aktivitas dan pengambilan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuangan semata melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun masa yang akan datang.

Dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir, BPR sudah menunjukkan eksistensinya di hadapan masyarakat guna menjamin kepemilikan modal yang dikucurkannya. Namun, kegiatan BPR kerap melupakan program-program *Corporate Social Responsibility, Environment*, dan juga *Intellectual Capital*. Seperti kasus BPR di Lampung yang mengalami kebangkrutan dan di Solo Kantor BPR kebakaran. Kedua kasus tersebut sudah melupakan program-program *Corporate Social Responsibility, Environment*, dan juga *Intellectual Capital*.

Hal itulah yang mendorong beberapa bank di Indonesia untuk melaksanakan berbagai program atau kegiatan yang berkaitan dengan lingkungan sosialnya agar tidak ada kejadian seperti contoh kasus BPR di Lampung dan BPR di Solo. Seperti misalnya, Bank Indonesia yang membuat tema program CSR yang direfleksikan dalam slogan: *BI COMMUNICATE – Ecosystem, Small Medium Enterprise, dan Education for People* dengan tujuan: 1) meningkatkan kehidupan ekonomi masyarakat khususnya masyarakat ekonomi menengah dan kecil; 2) membantu program Pemerintah dalam menyiapkan sumber daya manusia

yang unggul dan berkualitas serta mampu berkompetisi dengan SDM asing; 3) meningkatkan dan memelihara ekosistem melalui kerjasama dengan segenap masyarakat (www.bi.go.id, 2007).

Selain CSR, terdapat faktor lain yang mempengaruhi kinerja keuangan yaitu faktor *Environment*. 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. *Environment* perusahaan terutama pada bank kreditan rakyat juga menjadi faktor pengaruh terhadap kinerjanya. Selain pada itu seiring perkembangan lingkungan yang dinamis, Kemampuan bersaing tidak hanya terletak pada kepemilikan aset berwujud, tetapi lebih pada inovasi, sistem informasi, pengelolaan organisasi dan sumber daya yang dimiliki.

Seiring dengan makin ketatnya persaingan antar perusahaan akibat adanya pasar bebas dan globalisasi, pada akhirnya menuntut perusahaan untuk mengubah cara mereka menjalankan bisnisnya. Agar terus bertahan, perusahaan-perusahaan tersebut harus dengan cepat mengubah strateginya dari bisnis yang didasarkan pada tenaga kerja (*labor based business*) menuju *knowledge based business* (bisnis berdasarkan pengetahuan), sehingga karakteristik utama perusahaannya menjadi perusahaan berbasis ilmu pengetahuan. Perkembangan ekonomi baru

dikendalikan oleh informasi dan pengetahuan, hal ini membawa sebuah peningkatan perhatian *intellectual capital* sebagai alat untuk menentukan nilai perusahaan (Stewart,1997; Hong,2007). Oleh karena itu, hal-hal tersebut telah menyebabkan pergeseran paradigma dalam dimensi kehidupan manusia, yaitu dari paradigma lama yang menitik beratkan pada kekayaan fisik (*physical capital*) menjadi paradigma baru yang memfokuskan pada nilai kekayaan intelektual (*intellectual capital*).

Menurut Abidin (2000), *intellectual capital* masih belum dikenal secara luas di Indonesia. Hingga saat ini, perusahaan-perusahaan di Indonesia cenderung menggunakan dasar konvensional dalam berbisnis sehingga produk yang dihasilkannya masih miskin kandungan teknologi, banyak sekali aktivitas perusahaan yang didasarkan pengetahuan, keahlian, maupun teknologi, misalnya pengeluaran untuk informasi dan pelatihan. Teknologi masih dicatat sebagai biaya bukan sebagai investasi yang akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan dimasa mendatang. Disamping itu, perusahaan-perusahaan tersebut belum memberikan perhatian lebih terhadap *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*, yang merupakan elemen pembangun *intellectual capital* perusahaan.

Sebagaimana yang diatur dalam pasal 4 dan pasal 69 Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 8/26/PBI/2006 telah ditentukan besaran dan jangka waktu pemenuhan Modal Disetor (*paid up capital*) bagi BPR. Saat ini ketentuan itu telah dipenuhi oleh BPR di seluruh nusantara, baik ada di wilayah Propinsi, Kotamadya, maupun di wilayah Kabupaten.

Modal yang dimaksudkan di atas adalah bagian dari modal finansial. Supaya modal finansial memiliki nilai tambah serta bertambah nilainya, maka perlu ditopang dengan Modal Intelektual. Modal Intelektual ini dapat mengalami peningkatan melalui proses belajar, seperti belajar cepat, belajar bijak, dan cerdas. Pada umumnya, institusi BPR yang terlalu fokus meningkatkan modal finansial, tanpa dibarengi dengan peningkatan modal intelektual, dalam hitungan waktu yang relatif tidak terlalu lama, akan kehilangan modal finansial.

Mengacu pada fenomena-fenomena yang dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk mendalami lebih jauh konsep dasar pelaksanaan CSR, Environment, dan IC. Mengingat apabila *Corporate social responsibility* (CSR), *environment* dan *Intellectual Capital* dilaksanakan dengan baik diharapkan akan berpengaruh meningkatkan kinerja keuangan perusahaan salah satunya yang dioprasikan dengan *return on assets* (ROA). Maka dari itu, penulis mengangkat judul “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Environment* Dan *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Pengukuran Menggunakan *Return on Asset* (ROA) di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di Kabupaten Cianjur, Kota Sukabumi, dan Kabupaten Sukabumi**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perkembangan *Corporate social responsibility* di BPR kabupaten Cianjur, kota Sukabumi, dan kabupaten Sukabumi ?

2. Bagaimana perkembangan *Environment* di BPR kabupaten Cianjur, kota Sukabumi dan kabupaten Sukabumi ?
3. Bagaimana perkembangan *Intellectual Capital* di BPR kabupaten Cianjur, kota Sukabumi, dan kabupaten Sukabumi?
4. Bagaimana perkembangan kinerja keuangan berdasarkan metode *Return On Asset* di BPR kabupaten Cianjur, kota Sukabumi, dan kabupaten Sukabumi?
5. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Environment*, *Intellectual capital* terhadap *Return On Asset (ROA)* Pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di kabupaten Cianjur, kota Sukabumi dan kabupaten Sukabumi secara parsial dan simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tingkat perkembangan *Corporate Social Responsibility* pada BPR wilayah kabupaten Cianjur, kota Sukabumi, dan kabupaten Sukabumi.
2. Tingkat perkembangan *Environment* pada BPR wilayah kabupaten cianjur, kota Sukabumi, dan kabupaten Sukabumi.
3. Tingkat perkembangan *Intellectual Capital* pada BPR wilayah kabupaten Cianjur, kota Sukabumi, dan kabupaten Sukabumi.
4. Tingkat perkembangan Kinerja keuangan berdasarkan metode *Retrun On Asset (ROA)* pada BPR wilayah kabupaten Cianjur, kota Sukabumi, dan kabupaten Sukabumi.

5. Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Environment, dan Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan berdasarkan metode *Retrun On Asset (ROA)* baik secara parsial dan simultan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Penelitian diharapkan memberikan sumbangan berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi khususnya bidang akuntansi. Selain itu di harapkan penelitian ini dapat memberikan suatu idea tau gagasan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan intellectual capital dan pengungkapan CSR.

2. Bagi Manajemen Perusahaan

Penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan keputusan dan kebijakan oleh manajemen perusahaan untuk pelaporan pengungkapan intellectual capital dan pengungkapan CSR pada penyajian laporan keuangan.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu kewajiban perusahaan yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa baik bagi masyarakat maupun juga dalam mempertahankan kualitas lingkungan sosialnya secara fisik

maupun memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat dimana mereka berada. Sedangkan pengungkapan tanggungjawab sosial adalah data yang diungkap oleh perusahaan dari kegiatan ekonominya dan berkaitan dengan aktivitas sosialnya. Perusahaan tanggungjawab secara sosial ketika manajemennya memiliki visi atas kinerja operasionalnya, tidak hanya mengutamakan laba profit tetapi dalam menjalankan aktivitas harus memperhatikan lingkungan yang ada disekitarnya.

Menurut Suhandari M. Putri dalam Untung (2008:5), *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Menurut Schermerhorn dalam Suharto (2007:102) menyatakan tanggungjawab sosial perusahaan sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan *public external*.

Menurut Bringham & Houston (2009:35) tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham, dan hal ini berarti memaksimalkan harga saham perusahaan. Namun, perlu dicatat bahwa tindakan-tindakan yang memaksimalkan harga saham juga meningkatkan kesejahteraan sosial.

Sesuai dengan pengertian tanggungjawab sosial perusahaan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan adalah kepedulian

suatu perusahaan terhadap lingkungannya terutama cara perusahaan menangani individu-individu yang ada disekitarnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar *profitability*. *Corporate Social Responsibility* adalah suatu konsep bahwa suatu organisasi memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam aspek operasional perusahaan. tanggung jawab sosial berhubungan erat dengan dengan “pembangunan berkelanjutan”, dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau dividen melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.

Dari beberapa definisi di atas memberikan pemahaman bahwa tanggung jawab sosial pada dasarnya adalah komitmen perusahaan terhadap tiga (3) elemen yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Tanggung jawab perusahaan diperuntukkan bagi :

- Bertanggung jawab terhadap pelanggan, bentuk tanggung jawab terhadap pelanggan antara lain memberikan hak-hak konsumen, yaitu antara lain untuk memberikan produk-produk yang aman, memperoleh informasi, didengar dan hak memilih.

- Bertanggung jawab terhadap tenaga kerja, perusahaan harus menunjukkan tanggung jawabnya terhadap karyawan misalnya dengan memberikan hak atas jaminan keselamatan kerja dan kesehatan serta jaminan mendapatkan upah yang layak.
- Bertanggung jawab terhadap lingkungan, perusahaan dapat melakukan tanggung jawab sosialnya pada lingkungan misalnya dengan mencegah terjadinya polusi dan menjaga kelestarian alam.

Menurut Post (2002) dalam Ismail Solihin (2009:3-5), secara simultan perusahaan akan menjalankan tiga jenis tanggungjawab yang berbeda-beda kepada pemangku kepentingan. Ketiga jenis tersebut mencakup:

1. *Economic Responsibility*

Perusahaan korporasi dibentuk dengan tujuan untuk menghasilkan laba secara optimal. Para pengelola perusahaan korporasi memiliki tanggungjawab ekonomi diantaranya kepada para pemegang saham dalam bentuk pengelolaan perusahaan yang menghasilkan laba.

2. *Legal Responsibility*

Kendati perusahaan korporasi didirikan untuk menghasilkan laba, akan tetapi dalam melaksanakan operasinya perusahaan korporasi harus mematuhi berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan.

3. *Social Responsibility*

Kotler dan Lee (2005) dalam Ismail Solihin (2009:5) memberikan rumusan:

“corporate social responsibility is a commitment to improve community well

being through discretionary business practices and contribution of corporate resources”.

Dalam definisi tersebut, kegiatan CSR sama-mata merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas dan bukan merupakan aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum dan perundang-undangan.

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.

Menurut Kolter dan Lee (2006) dalam Ismail Solihin (2009:131-141), pemilihan program alternative CSR yang akan dilaksanakan oleh perusahaan sangat bergantung kepada CSR tersebut adalah:

1. *Cause Promotion*

Dalam program ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah social atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau perekrutan tenaga sukarela untuk kegiatan tertentu.

2. *Cause Related Marketing*

Perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan public, menjaga kelestarian lingkungan hidup.

3. *Corporate Social Marketing*

Perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan public, menjaga kelestarian lingkungan hidup.

4. *Corporate Philanthropy*

Perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat seumbangan tertentu.

5. *Community Volunteering*

Perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, para pemegang franchise atau rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

6. *Socially Responsible Business Practice*

Perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

Dalam menyusun dan mengungkapkan informasi tentang aktivitas pertanggungjawaban sosial perusahaan. Hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Lingkungan

Bidang ini meliputi aktivitas pengendalian pencemaran dan pelestarian lingkungan hidup. Meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.

2. Energy

Bidang ini meliputi aktivitas dalam pengaturan penggunaan energy dalam hubungannya dengan operasi perusahaan dan peningkatan efisiensi terhadap produk perusahaan. Meliputi konservasi energy, efisiensi energy, dll.

3. Praktik bisnis yang wajar

Meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggungjawab social.

4. Sumber daya manusia

Bidang ini meliputi aktifitas untuk kepentingan karyawan sebagai sumber daya manusia bagi perusahaan maupun aktifitas di dalam suatu komunitas. Aktifitas tersebut antara lain, progam pelatihan dan peningkatan keterampilan, perbaikan kondisi kerja , upah dan gaji serta tunjangan yang memadai, pemberian beberapa fasilitas, jaminan keselamatan kerja, pelayanan kesehatan, pendidikan, seni, dll.

5. Produk

Meliputi, keamanan, pengurangan polusi, dll.

CSR juga merupakan kumpulan praktek dan kebijakan yang berhubungan erat dengan proteksi lingkungan, jaminan kerja, hak asasi manusia, dll. Menurut The World Bank Institute dalam Nurmansyah (2006) komponen CSR terdiri dari:

1. *People*

People menekankan pentingnya praktik bisnis suatu perusahaan yang mendukung kepentingan tenaga kerja. Lebih spesifik konsep ini melindungi kepentingan tenaga kerja dengan menentang adanya eksplorasi yang mempekerjakan anak di bawah umur, pembayaran upah yang wajar, lingkungan kerja yang aman dan jam kerja yang dapat ditoleransi. Bukan hanya itu, konsep ini

juga meminta perusahaan memperhatikan kesehatan dan pendidikan bagi tenaga kerja.

2. Planet

Planet berarti mengelola dengan baik penggunaan energi terutama atas sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui. Mengurangi hasil limbah produksi dan mengolah kembali menjadi limbah yang aman bagi lingkungan, mengurangi emisi CO₂ ataupun pemakaian energi, merupakan praktik yang banyak dilakukan oleh perusahaan yang telah menerapkan konsep ini.

3. Profit

Profit di sini lebih dari sekadar keuntungan. Profit di sini berarti menciptakan *fair trade* dan *ethical trade* dalam berbisnis.

1.5.2 Environment

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.

Pengukuran kinerja lingkungan ditafsirkan bermacam cara. Antara lain kuantitatif, atau hasil proses serta kualitatif atau dalam proses. (Fiksel dalam

Willig et.al. (ed), 1995 dalam 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.

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.

Dalam buku Elkington dan Burke (1987) dalam Jalal (2006) yang berjudul *The Green Capitalis*, mereka berperdapat bahwa "*The environment is in the process of becoming a major new competitive area of business*". Keterkaitan pengolahan lingkungan industri dengan bisnis semakin kuat. Banyak industri yang melakukan pengolahan lingkungan dengan baik karena dorongan bisnis, dan hal ini merupakan sesuatu yang positif bagi lingkungan. Nerver (1971 dalam Velashani (2008) berpendapat bahwa perusahaan akan berusaha mengurangi resiko pada saat dimana pasar modal semakin sensitif. Kinerja lingkungan akan memberikan suatu dampak positif terhadap pasar modal, karena pasar lebih menghargai segala upaya perusahaan akan tanggung jawab sosial atau lingkungan.

1.5.3 Intellectual Capital

Semakin berkembangnya zaman, maka pengakuan mengenai pengaruh Intellectual Capital (IC) dalam menciptakan nilai perusahaan dan keunggulan kompetitif telah meningkat. Perkembangan ekonomi yang di kendalikan oleh pengetahuan dan informasi yang sebelumnya bertumpu kepada aktiva berwujud (*tangible asset*) menjadi tergantung kepada aktiva tidak berwujud (*intangible asset*).

Aktiva tidak berwujud seperti informasi dan pengetahuan telah meningkat secara signifikan perannya salah satu peran yang digunakan dalam penilaian dan pengukuran aktiva tidak berwujud adalah *intellectual capital*. *Intellectual Capital* merupakan komponen yang sangat penting bagi kemakmuran, pertumbuhan, dan perkembangan perusahaan di era ekonomi baru, pada saat ini *intellectual capital* telah menjadi fokus perhatian dalam berbagai bidang, seperti bidang manajemen, teknologi, informasi, sosiologi maupun dalam bidang akuntansi (Guhire and Petty, 2000).

Teori *intellectual capital* telah banyak dikembangkan melalui gagasan-gagasan dan pemikiran-pemikiran parapraktisi. Saat ini, teori tersebut merupakan petunjuk untuk mengelola aset tak berwujud dan memfasilitasi kesuksesan melalui keuntungan persaingan yang berkelanjutan untuk memimpin perusahaan dan organisasi. Parapraktisi menganggap aset tak berwujud merupakan faktor yang menentukan kesuksesan perusahaan. Pengembangan teori di bidang *intellectual capital* didasarkan pada penelitian antar disiplin ilmu. Untuk memahami penciptaan nilai organisasi, perlu memperhatikan aset tak berwujud dan *intellectual capital* sebagai perbedaan jenis-jenis pengetahuan dan untuk mencapai pengetahuan yang ada dalam bentuk yang berbeda dan operasional yang berbeda.

Edvinsson dan Malone (1997) dalam Chen et. al. (2005) mengungkapkan bahwa IC adalah nilai yang tersembunyi (*hidden asset*) dalam perusahaan. Yang dimaksud dengan *hidden asset* disini adalah bahwa *intellectual capital* tidak terlihat seperti aset fisik lainnya dan juga aset intelektual ini tidak tercermin dalam laporan keuangan perusahaan.

Dari definisi diatas dapat di simpulkan bahwa *intellectual capital* merupakan sumber daya berupa pengetahuan yang tersedia pada perusahaan yang akhirnya akan mendatangkan keuntungan di masa depan bagi perusahaan. Dimana pengetahuan tersebut akan menjadi modal intelektual bila di ciptakan, di pelihara dan di transformasi serta diatur dengan baik.

Banyak para praktisi yang menyatakan bahwa *intellectual capital* terdiri dari tiga elemen utama (Stewart 1998, Sveiby 1997, Saint-Onge 1996, Bontis2000)yaitu:

1. *Human Capital* (modal manusia)

Human capital merupakan *life blood* dalam modal intelektual. Disinilah sumber *innovation* dan *improvement*, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur. *Human capital* juga merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan, dan kompetensi dalam suatu organisasi atau perusahaan. *Human capital* mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. *Human capital* akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya.

2. *Structural capital* atau *organizational capital* (modal organisasi)

Structural capital merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional

perusahaan, proses manufakturing, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan. Seorang individu dapat memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, tetapi jika organisasi memiliki sistem dan prosedur yang buruk maka *intellectual capital* tidak dapat mencapai kinerja secara optimal dan potensi yang ada tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal.

3. *Relational Capital* atau *Customer Capital* (modal pelanggan)

Elemen ini merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. *Relational capital* merupakan hubungan yang harmonis/*association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan paramiternya, baik yang berasal dari para pemasok yang handal dan berkualitas, berasal dari pelanggan yang loyal dan merasa puas akan pelayanan perusahaan yang bersangkutan, berasal dari hubungan perusahaan dengan pemerintah maupun dengan masyarakat sekitar. *Relational capital* dapat muncul dari berbagai bagian diluar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut.

Banyak penulis sangat percaya bahwa *intellectual capital* memiliki hubungan positif dengan kinerja keuangan perusahaan (Riahi-Belkaoui 2003, Youndt *et al.* 2004, Chen *et al.* 2005, Tan *et al.* 2007 dalam Zéghal dan Maaloul 2010). Chen *et al.* 2005 dalam Zéghal dan Maaloul 2010 menyatakan *intellectual capital* merupakan sumber daya yang bernilai untuk keuntungan bersaing perusahaan dan akan berkontribusi di dalam kinerja keuangan perusahaan. Tan *et al.* (2007) dalam Zéghal dan Maaloul (2010) menyatakan bahwa *intellectual capital* mendorong

Perusahaan lebih bersaing dibandingkan dengan perusahaan lainnya dan lebih sukses.

Ulum (2008) meneliti hubungan antara IC dengan kinerja perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI selama tahun 2004-2006. Hasil penelitiannya didapat bahwa terdapat pengaruh IC (VAIC) terhadap kinerja keuangan perusahaan. IC (VAIC) juga berpengaruh terhadap kinerja keuangan masa depan. Hasil yang lain adalah tidak ada pengaruh ROGIC (*rate of growth of intellectual capital*) terhadap kinerja keuangan perusahaan masa depan.

Hasil yang didapat oleh Ulum sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui (2003). Belkaoui meneliti hubungan *intellectual capital* dengan kinerja perusahaan multinasional di Amerika Serikat. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa IC berhubungan positif pada kinerja keuangan perusahaan dimasa depan.

Muhammad, dkk (2009) meneliti hubungan *intellectual capital* dengan kinerja perusahaan di perusahaan yang terdaftar di bursa Malaysia. Hasil yang didapatnya adalah bahwa hanya *capital employed* yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Dalam penelitiannya menunjukkan bahwa investor lebih mengapresiasi perusahaan dengan *capital employed* yang tinggi dibandingkan dengan unsur IC lainnya yaitu *structural capital* dan *human capital*.

Saat ini upaya memberikan penilaian terhadap modal intelektual sangat penting, hal ini didasari banyaknya perusahaan yang memiliki aset fisik yang kecil, namun tetap eksis karena inovasi – inovasi yang mereka miliki. Kesulitan

terbesar dalam melakukan pengukuran terhadap modal intelektual adalah masalah penilaiannya.

Pada umumnya IC dikelompokkan menjadi tiga komponen, yaitu *human capital*, *structural capital* dan *relational capital*. Human capital meliputi pengetahuan, keahlian, kompetensi dan motivasi yang dimiliki karyawan. Structural capital mencakup budaya perusahaan, komputer software, dan teknologi informasi. Sedangkan relational capital meliputi loyalitas konsumen, pelayanan jasa terhadap konsumen, dan hubungan baik dengan pemasok.

1.5.4 Return On Asset (ROA)

Return on assets (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. *Return on assets* merupakan perbandingan antara laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan. *Return on assets* (ROA) yang positif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dipergunakan untuk beroperasi, perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan. Sebaliknya apabila *return on assets* yang negatif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dipergunakan, perusahaan mendapatkan kerugian. Jadi jika suatu perusahaan mempunyai ROA yang tinggi maka perusahaan tersebut berpeluang besar dalam meningkatkan pertumbuhan. Tetapi jika total aktiva yang digunakan perusahaan tidak memberikan laba maka perusahaan akan mengalami kerugian dan akan menghambat pertumbuhan.

ROA (Return on Asset) memiliki keunggulan diantaranya :

- a. ROA merupakan pengukuran yang komperhensif dimana seluruhnya mempengaruhi laporan keuangan yang tercermin dari rasio ini.
- b. ROA merupakan denominator yang dapat diterapkan pada setiap unit organisasi yang bertanggung jawab terhadap profitabilitas dan unit usaha.
- c. ROA mudah dihitung , dipahami , dan sangat berarti dalam nilai absolut.

Selain itu ROA juga mempunyai kelemahan diantaranya :

- a. Pengukuran kinerja dengan menggunakan ROA membuat manajer devisi memiliki kecenderungan untuk melewatkan project-project yang menurunkan devisional ROA, meskipun sebenarnya proyek – proyek tersebut dapat meningkatkan tingkat keuntungan perusahaan secara keseluruhan.
- b. Manajemen juga cenderung untuk berfokus pada tujuan jangka pendek dan bukan tujuan jangka panjang.
- c. Sebuah project ROA dapat meningkatkan tujuan jangka pendek , tetapi project tersebut mempunyai konsekuensi negatif dalam jangka panjang yang berupa pemutusan beberapa tenaga penjualan , pengurangan *budget* pemasaran , dan penggunaan bahan baku yang relatif murah sehingga menurunkan kualitas produk dalam jangka panjang.

Karakteristik perusahaan dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan, karakteristik perusahaan merupakan predictor kualitas pengungkapan. Setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda satu entitas lainnya.

Dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan sosial diproksikan ke dalam:

1. Ukuran Perusahaan

Menurut Widianti (2008) dalam skripsinya Arni Yulita (2009:38) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan adalah perusahaan yang memiliki aktiva dengan jumlah lebih besar atau biasanya disebut dengan perusahaan besar. Perusahaan besar akan melakukan pengungkapan tanggungjawab social yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena perusahaan besar mendapatkan lebih banyak perhatian dari berbagai pihak seperti para analisis, investor, dan pemerintah.

2. Profitabilitas

Menurut Prof. Dr. Eduard Tandelilin, MBA, CWM (2010:372) dari sudut pandang investor, salah satu indikator penting untuk menilai prospek perusahaan dimasa datang adalah melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan. Indikator ini sangat penting diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang akan dilakukan investor disuatu perusahaan mampu memberikan return yang sesuai dengan tingkat yang di syaratkan investor. Untuk itu, biasanya digunakan rasio profitabilitas utama, yaitu ROE dan ROA.

Untuk mengukur rasio profitabilitas yaitu dengan menggunakan ROE (*Return On Equity*), rasio ini menggambarkan sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang bisa diperoleh pemegang saham, sedangkan

ROA (*Return On Asset*), menggambarkan sejauh mana kemampuan asset-asset yang dimiliki perusahaan bisa menghasilkan laba.

Rumus untuk menghitung ROE :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak} \times 100\%}{\text{Modal Sendiri}}$$

Rumus untuk ROA :

$$\text{ROA} = \frac{\text{EBIT} \times 100\%}{\text{Jumlah Asset}}$$

ROA dapat dijadikan sebagai indikator untuk mengetahui seberapa mampu perusahaan memperoleh laba yang optimal dilihat dari posisi aktivitya. Menurut Waren (2005:63) ”aktiva (*assets*) adalah sumber daya yang dimiliki oleh entitas bisnis atau usaha, sumber daya ini dapat berbentuk fisik ataupun hak yang mempunyai nilai ekonomis”. Contoh aktiva adalah kas, piutang, perlengkapan, beban dibayar dimuka, bangunan, peralatan, tanah, dan hak paten.

Tabel 1.1 Peneliti Terdahulu

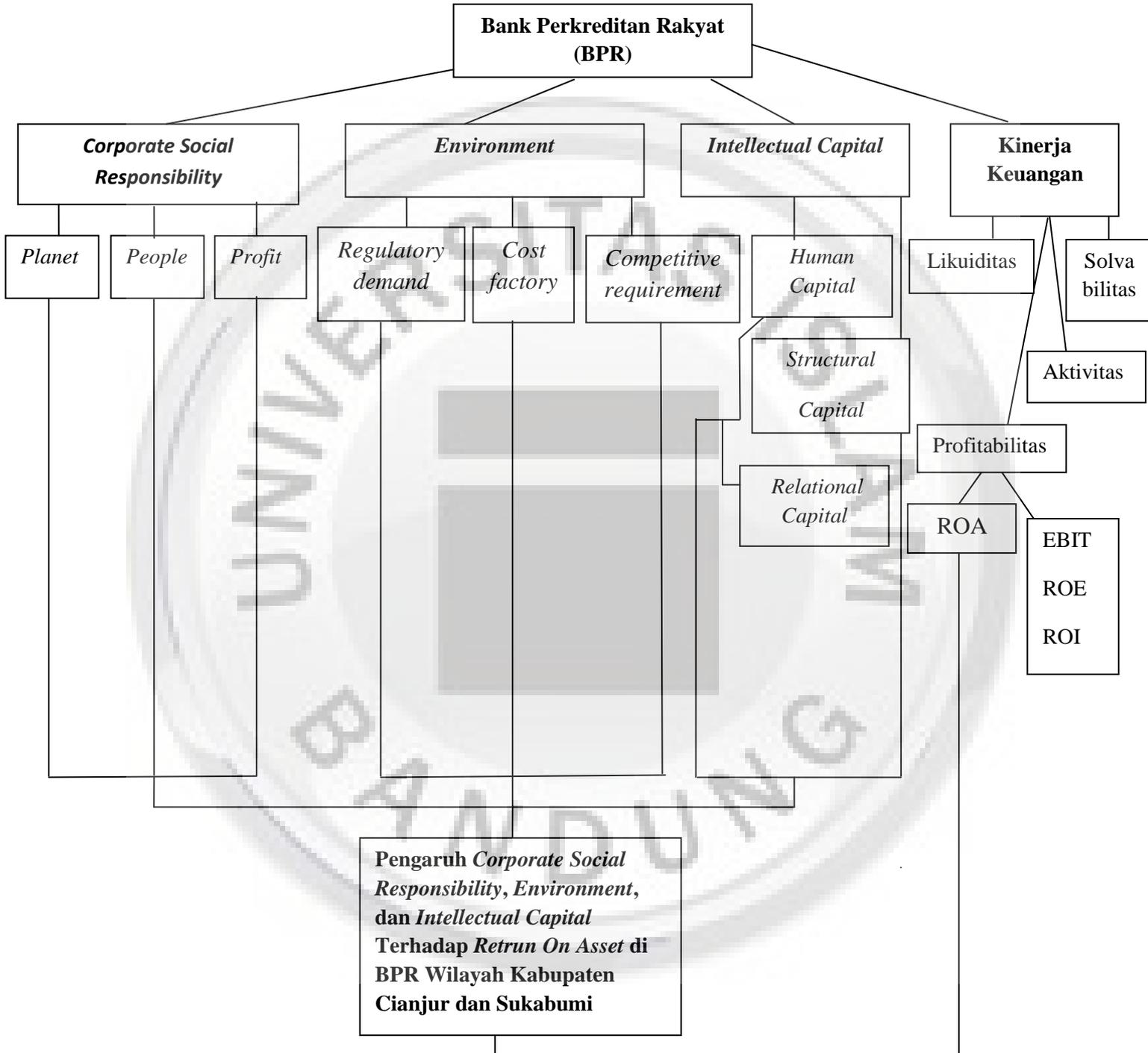
Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Melisa Syahnaz (Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi	“Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian menyatakan bahwa <i>corporate social responsibility</i> (CSR)

<p>dan Bisnis Universitas Brawijaya</p>	<p>Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan”.</p>	<p>berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan <i>return on assets</i> (ROA). Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak pengungkapan aktivitas tanggungjawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan akan semakin meningkatkan kinerja keuangan perusahaan perbankan.</p>
<p>Susi Sarumpaet . 2005 . Jurnal Akuntansi &Keuangan, vol. 7, no.2, Nopember hal. 89-98, Jurusan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Ekonomi – Universitas Kristen Petra.</p>	<p>“ <i>The Relationship Between Environmental Performance and Financial Performance of Indonesian Companies</i>”</p>	<p>Penelitian yang dilakukan menguji hubungan antara kinerja lingkungan dan kinerja keuangan perusahaan-perusahaan di Indonesia. Kinerja lingkungan yang diteliti diukur dengan menggunakan rating kinerja lingkungan perusahaan atau PROPER yang disediakan oleh Bapedal/Kementerian</p>

		<p>Lingkungan Hidup RI, sedangkan kinerja keuangan diukur dengan ROA (return on assets). Penelitian tersebut membuktikan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kinerja lingkungan dan kinerja keuangan perusahaan, akan tetapi ukuran perusahaan, listing di BEJ dan ISO 14001 berhubungan secara signifikan terhadap kinerja lingkungan. Penelitian ini juga membuktikan bahwa rating PROPER, yang disediakan oleh pemerintah Indonesia, cukup terpercaya sebagai ukuran kinerja lingkungan perusahaan, karena kesesuaiannya dengan sertifikasi internasional di bidang lingkungan, ISO 14001</p>
Rizki Fillhayati Rambe,	<p>“Pengaruh <i>Intellectual</i></p>	<p>“Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa IC</p>

<p>Jurnal Keuangan dan Bisnis Vol.4, No. 3, November 2012.</p>	<p><i>Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI</i>"</p>	<p>memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan, yang diwakili oleh ROA, Berdasarkan hasil uji t dengan variabel dependen kinerja keuangan yang diprosikan ROA didapati hasil bahwa VAIC berpengaruh signifikan terhadap ROA.</p>
--	---	---

1.2 Bagan Kerangka Pemikiran



1.6 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara atau kesimpulan sementara atas masalah yang hendak diteliti. Perumusan hipotesis dilakukan berdasarkan pada literatur yang telah ada. Hipotesis-hipotesis yang dibentuk dalam penelitian ini didasarkan pada penelitian sebelumnya, sehingga diharapkan hipotesis tersebut cukup valid untuk diuji. Berdasarkan dari hasil penelitian-penelitian terdahulu tersebut, maka dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis-hipotesis sebagai berikut:

“Terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Environment*, dan *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan dengan pengukuran menggunakan *Retrun On Asset* pada perusahaan BPR di kabupaten Cianjur, kota Sukabumi dan kabupaten Sukabumi “.