

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Corporate Social Responsibility*

2.1.1 Pengertian *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.

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.

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. Konsep tanggungjawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak tahun 1979 yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan stakeholder, nilai – nilai pemenuhan hukum, penghargaan masyarakat terhadap lingkungan serta komitmen dunia usaha (Sustainable, 2009). CSR bukan hanya kegiatan karikatif perusahaan dan kegiatannya tidak hanya bertujuan untuk memenuhi hukum dan aturan yang berlaku. Lebih dari itu CSR diharapkan memberikan manfaat dan nilai guna bagi pihak – pihak yang mempunyai kepentingan dengan perusahaan. Menurut Pearce and Robinson (2007) dalam Budiarta (2008) ada sepuluh pihak yang mempunyai kepentingan berbeda dan cara pandang yang berbeda terhadap perusahaan. Sepuluh pihak yang dimaksud adalah *stockholder, creditors, employees, customers, suppliers, governments, unions, competitors, local communities dan general public*. Kepentingan yang dimaksud bisa saja klaim secara ekonomi maupun klaim non ekonomi. Pearce and Robinson (2007) dalam Budiarta (2008) mengelompokkan tanggungjawab sosial ke dalam empat kelompok yaitu sebagai berikut :

- *Economis Responsibility* secara ekonomi tanggungjawab perusahaan adalah menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat dengan harga yang wajar dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.
- *Legal Resposnsibility* dimanapun perusahaan beroperasi tentu saja tidak akan lepas dari peraturan dan undang – undang yang berlaku di tempat tersebut terutama peraturan yang mengatur kegiatan bisnis. Peraturan tersebut terutama yang berkaitan dengan pengaturan lingkungan dan perlindungan konsumen
- *Ethical Responsibility* perusahaan yang didirikan tidak hanya patuh dan taat pada hukum yang berlaku namun juga harus memiliki etika
- *Discrestionary responsibility*, tanggung jawab ini sifatnya sukarela seperti berhubungan dengan masyarakat, menjadi warga negara yang baik, dll.

2.1.1 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Martin Freedman, dalam Henny dan Murtanto (2001) dalam Kuntari dan Sulistyani (2007), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu :

1. Pemeriksaan Sosial (*Social Audit*)

Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi-operasi yang dilakukan perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial, lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak-dampak yang

ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut. konsekuensi sosial, lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.

2. Laporan Sosial (*Social Report*)

Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademis dan praktisioner. Pendekatan-pendekatan yang dapat dipakai oleh perusahaan untuk melaporkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosialnya ini dirangkum oleh Dilley dan Weygandt menjadi empat kelompok sebagai berikut (Henry dan Murtanto, 2001 dalam Kuntari dan Sulistyani, 2007) :

a. *Inventory Approach*

Perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.

b. *Cost Approach*

Perusahaan membuat daftar aktivitas-aktivitas sosial perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing-masing aktivitas tersebut.

c. *Program Management Approach*

Perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosial tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan itu.

d. *Cost Benefit Approach*

Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah adanya kesulitan dalam mengukur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan oleh perusahaan terhadap masyarakat.

3. Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan (*Disclosure In Annual Report*)

Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim /laporan sementara, prospektus, pengumuman kepada bursa efek atau melalui media masa.

2.1.2 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). Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) telah memberlakukan audit Proper (Program penilaian peningkatan kinerja perusahaan). Pendorong dari dalam perusahaan terutama bersumber dari perilaku manajemen dan pemilik perusahaan (*stakeholders*), termasuk tingkat kepedulian/ tanggung jawab perusahaan untuk membangun masyarakat sekitar (*community development responsibility*).

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 memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang. Perusahaan juga ikut mengambil bagian dalam aktivitas manajemen bencana. Manajemen bencana disini bukan hanya sekedar memberikan bantuan kepadakorban bencana, namun juga berpartisipasi dalam usaha-usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana melalui usaha-usaha pelestarian lingkungan sebagai tindakan preventif untuk meminimalisir bencana. Perhatian terhadap masyarakat, dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan-pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar di sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, dan penguatan ekonomi lokal.

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 meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar di sekitar perusahaan,

pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, dan penguatan ekonomi lokal. Dengan menjalankan tanggungjawab 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 keuntungane konomi-bisnis kepada perusahaan yang bersangkutan. CSR tidaklah harus dipandang sebagai tuntutan represif dari masyarakat, melainkan sebagai kebutuhan dunia usaha.

2.2 *Environment* (kinerja lingkungan)

2.2.1 Pengertian *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. 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. (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 di implementasikan. Kerugiannya adalah metrik ini secara implisit melibatkan subyektifitas dan karenanya sulit divalidasi. Kuantitatif, adalah ukuran yang didasarkan pada data empiris dan hasil numerik yang mengkarakteristikkan 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. Kerugiannya adalah data yang diperlukan mungkin sulit diperoleh atau bahkan tak tersedia.

Menurut Bredrup (Rolstadas, 1995 dalam 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 aset 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 setiap jawaban adalah sebagian dari pertanyaan tersebut. (Pojasek, 2001 dalam 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).

(Covey, 1993 dalam 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 mengkarakteristikan intervensi lingkungan atau aspek-aspek lingkungan yang telah diklasifikasikan (Sturm, 1998 dalam Purwanto, 2000).

Jafar dan Arifah (2006) menjelaskan bahwa ukuran keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan manajemen lingkungan dapat dilakukan dengan mengidentifikasi kinerja lingkungan proaktif. Penerapan manajemen lingkungan ini memerlukan keterlibatan prinsip dasar kedalam strategi perusahaan. Prinsip – prinsip tersebut antara lain:

1. Mengadopsi kebijakan lingkungan yang bertujuan mengeliminasi polusi berdasarkan pada posisi siklus hidup operasional perusahaan dan mengkomunikasikan kebijakan keseluruhan perusahaan kepada stakeholder.
2. Menetapkan secara obyektif kriteria efektifitas program lingkungan.
3. Membandingkan kinerja lingkungan perusahaan dengan perusahaan – perusahaan yang merupakan leader dalam satu industry dengan benchmarking dan menetapkan praktik terbaik.

4. Menetapkan budaya perusahaan bahwa kinerja lingkungan merupakan tanggungjawab seluruh karyawan.
5. Menganalisis dampak berbagai isu lingkungan yang berkaitan dengan permintaan terhadap produk masa depan terhadap produk dan persaingan industry.
6. Memberanikan diri melakukan diskusi tentang isu – isu lingkungan, khususnya melalui rapat pimpinan.
7. Mengembangkan anggaran untuk pembiayaan lingkungan.
8. Mengidentifikasi pertanggungjawaban lingkungan.

Selama ini pengukuran terhadap kinerja lingkungan masih belum tercapai kesepakatan final. Hal ini dikarenakan setiap negara memiliki cara pengukuran sendiri-sendiri tergantung situasi dan kondisi lingkungan masing – masing negara. Di Indonesia Kementerian Lingkungan Hidup telah menerapkan PROPER sebagai alat untuk memberikan peringkat kinerja lingkungan perusahaan – perusahaan yang ada di Indonesia (Tamba, dalam Rahmawati, 2011).

2.2.2 PROPER

Penilaian Peringkat Kinerja Penataan dalam Pengelolaan Lingkungan mulai dikembangkan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup, sebagai salah satu alternatif instrumen penataan sejak tahun 1995. Program ini dikenal dengan nama PROPER PROKASIH. Instrumen penataan ini dilakukan melalui penyebaran informasi tingkat kinerja penataan masing-masing perusahaan kepada

stakeholder pada skala nasional. PROPER bermaksud agar para *stakeholder* dapat menyikapi secara aktif informasi tingkat penataan ini, dan mendorong perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungannya. Sehingga pada akhirnya dampak lingkungan dari kegiatan perusahaan dapat diminimalisasi. Dengan kata lain, PROPER merupakan Public Disclosure Program for *Environmental Compliance*. Tujuan penerapan 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 ini dapat terjadi melalui efek insentif dan disinsentif 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. Penerapan PROPER merupakan upaya Kementerian Negara Lingkungan Hidup dalam menerapkan sebagian dari prinsip-prinsip *good governance* (transparansi, berkeadilan, akuntabel, dan pelibatan masyarakat) dalam pengelolaan lingkungan. Program ini dilaksanakan secara terintegrasi dengan melibatkan berbagai *stakeholder*. Mulai dari tahapan penyusunan kriteria penilaian PROPER, pemilihan perusahaan, penentuan peringkat, sampai pada pengumuman peringkat kinerja kepada publik. Dalam pelaksanaannya, PROPER difokuskan kepada perusahaan yang memenuhi kriteria, antara lain perusahaan yang berdampak besar terhadap lingkungan hidup, perusahaan yang berorientasi ekspor dan/atau produknya bersinggungan langsung

dengan masyarakat, serta perusahaan publik. Pada saat ini, penilaian kinerja difokuskan kepada penilaian penataan perusahaan dalam aspek pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, dan pengelolaan limbah B3 serta berbagai kewajiban lainnya yang terkait dengan AMDAL. 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*. Peringkat kinerja penataan perusahaan PROPER dikelompokkan dalam 5 (lima) peringkat warna dengan 7 (tujuh) kategori. Masing-masing peringkat warna mencerminkan kinerja perusahaan. Kinerja penataan terbaik adalah peringkat emas, dan hijau, selanjutnya biru, biru minus, merah, dan merah minus dan kinerja penataan terburuk adalah peringkat hitam. Berdasarkan Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup No. 7 Tahun 2008 Tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup, kriteria yang digunakan dalam pemeringkatan tersebut dapat dilihat dalam lampiran A.

2.2.3 Environmental Disclosure (Pengungkapan Lingkungan)

Pengungkapan secara umum terbagi atas dua jenis yaitu, *Voluntary disclosure* dan *mandatory disclosure*. *Voluntary disclosure* adalah pengungkapan berbagai informasi yang berkaitan dengan aktivitas/keadaan perusahaan secara sukarela. Meski pada kenyataannya pengungkapan secara sukarela tidak benar-benar terjadi karena terdapat kecenderungan bagi perusahaan untuk menyimpan

dengan sengaja informasi yang sifatnya dapat menurunkan arus kas. Hal tersebut dianggap dapat menyebabkan kerugian pada perusahaan. Oleh karena itu, manajer suatu perusahaan hanya akan mengungkapkan informasi yang baik (*good news*) yang dapat menguntungkan perusahaan. Jenis pengungkapan yang lain adalah *mandatory disclosure*. *Mandatory disclosure* adalah pengungkapan informasi berkaitan dengan aktivitas/keadaan perusahaan yang bersifat wajib dan dinyatakan dalam peraturan hukum. Berbeda dengan pelaporan yang bersifat *voluntary*, pelaporan jenis *mandatory* akan mendapat sorotan dan kontrol dari lembaga yang berwenang. Terdapat standard yang menjamin kesamaan bentuk secara relatif dalam praktek pelaporan dan juga terdapat persyaratan minimum yang harus dipenuhi. *Mandatory disclosure* juga dapat menjadi jembatan atas asimetri informasi antara investor dengan manajer perusahaan atas kebutuhan informasi. Ghozali dan Chariri (2007) berpendapat bahwa perusahaan akan mengungkapkan semua informasi yang diperlukan dalam rangka berjalannya fungsi pasar modal. Pendukung pendapat tersebut menyatakan bahwa jika suatu informasi tidak diungkapkan hal ini disebabkan informasi tersebut tidak relevan bagi investor atau informasi tersebut telah tersedia di tempat lain. Laporan yang berkaitan dengan informasi yang bersifat non keuangan seperti CSR telah diatur dalam undang-undang dan *bersifat mandatory* melalui Pasal 66 Ayat 2 Undang-Undang no.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Terdapat beberapa hal yang mendukung namun berkaitan dengan aspek lingkungan, belum terdapat suatu peraturan yang benar-benar mengatur tentang pengungkapannya. *Environmental disclosure* merupakan pengungkapan informasi yang berkaitan dengan lingkungan di dalam

laporan tahunan perusahaan (*annual report*). Pada umumnya terdapat pada bagian terpisah pada Sustainability Report atau tercantum dalam Annual Report. Di Amerika, SEC bertanggungjawab pada masalah tingkat pengungkapan sedangkan format pengungkapan menjadi tugas FASB. Sedangkan di Indonesia yang memiliki otoritas pengungkapan mandatory (wajib) adalah Bapepam.

2.2.4 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 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. berguna. Pencegahan polusi merupakan penggunaan material atau bahan baku,
2. *Management deman 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
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 reprocessing 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.

2.3 *Intelectuall Capital*

2.3.1 Definis *Intellectual Capital*

Intellectual capital pertama kali muncul pada tahun 1980-an, yaitu ketika Tom Stewart menulis sebuah artikel (“*Brain Power – How Intellectual Capital Is Becoming America’s Most Valuable Asset*”). Definisi Stewart untuk *Intellectual Capital* dalam artikelnya adalah sebagai berikut (dalam Ulum, 2009):

“ the sum of everything everybody in your company knows that gives you a competitive edge in the market place. It is intellectual material – knowledge, information, intellectual property, experience – that can be put to use to create wealth ”.

Dalam artikelnya Stewart mendefinisikan IC sebagai jumlah semua orang dan segala sesuatu di perusahaan yang memberikan keunggulan kompetitif di pasar. Itu semua adalah materi intelektual yaitu, pengetahuan, informasi, kekayaan pengalaman yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan kekayaan.

Pada akhir 1990-an Intellectual Capital menjadi populer dan banyak diteliti oleh para peneliti dan akademisi. Beberapa peneliti memberikan definisi yang berbeda tentang IC. Menurut Brooking (1996) dalam Ulum (2009) menyatakan bahwa IC adalah istilah yang diberikan kepada aset tidak berwujud yang merupakan gabungan dari pasar, kekayaan intelektual, yang berpusat pada manusia dan infrastruktur yang memungkinkan perusahaan untuk berfungsi. Roos et al. (1997) dalam Ulum (2009) menyatakan bahwa IC termasuk semua proses dan aset yang tidak biasanya ditampilkan pada neraca dan seluruh aset tidak berwujud (merek dagang, paten dan brands) yang dianggap sebagai metode akuntansi modern. Sedangkan Bontis (1998) dalam Ulum (2009) mengakui bahwa IC sulit untuk dipahami, namun setelah ditemukan dan dieksploitasi, maka dapat memberikan sebuah organisasi basis sumber daya baru untuk bersaing dan menang. Williams (2001) dalam Ulum (2009) mendefinisikan intellectual capital sebagai berikut :

“ the enhanced value of a firm attributable to assets, generally of an intangible nature, resulting from the company’s organizational function, processes and information technology networks, the competency and efficiency of its employees and its relationship with its costumers. Intellectual capital assets are developed from (a) the creation of new knowledge and innovation; (b) application of present knowledge to present issues and concerns that enhance employees and customers;

(c) *packaging, processing and transmission of knowledge; and (d) the acquisition of present knowledge created through research and learning* “.

Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD, 1999) dalam Ulum (2009) menjelaskan IC sebagai nilai ekonomi dari dua kategori aset tidak berwujud : (1) *organisational (structural) capital*; dan (2) *human capital*. *Organisational (structural) capital* mengacu pada hal seperti sistem software, jaringan distribusi, dan rantai pasokan. *Human capital* meliputi sumber daya manusia di dalam organisasi (yaitu sumber daya tenaga kerja/karyawan) dan sumber daya eksternal yang berkaitan dengan organisasi, seperti konsumen dan supplier (Ulum, 2009).

2.3.2 Komponen *Intellectual Capital*

Edvinsson dan Malone (1997) dalam Ulum (2009) menyatakan bahwa nilai dari *intellectual capital* suatu perusahaan adalah jumlah dari *human capital* dan *structural capital* perusahaan. Yang kemudian ditambahkan oleh peneliti lain dengan satu kategori yaitu *customer capital*. Lebih lanjut, Draper (1997) dalam Ulum (2009) menyatakan bahwa komponen *intellectual capital* terdiri atas enam kategori, yaitu *human capital*, *structural capital*, *customer capital*, *organizational capital*, *innovation capital*, dan *process capital*. Kesepakatan pada klasifikasi elemen *intellectual capital* belum dicapai dalam literatur, tetapi muncul pandangan yang terpusat bahwa *intellectual capital* terdiri atas tiga bentuk *intellectual capital*, yaitu *human capital*, *customer capital* (untuk *relational capital*) serta *structural capital* yang mana dapat dibagi menjadi *innovation capital* dan *process capital* (Evidson dan Malone, 1997; Bontis et al., 1999;

Buren, 1999; Joia, 2000; Bontis, 2002; Choo dan Bontis, 2002 dalam Wang dan Chang et al., 2005). Ketiga kategori ini tidak dapat langsung diukur dalam laporan keuangan.

1. *Human Capital*

Hayton (2005) dalam Cheng et al., (2010) mengidentifikasi bahwa human capital mengarah kepada pengetahuan, keahlian, dan kemampuan karyawan. Sedangkan Hudson (1993) dalam Bontis et al., (2000) mendefinisikan human capital sebagai kombinasi warisan genetik, pendidikan, pengalaman, dan perilaku tentang hidup dan bisnis. Drapper (1997) dalam Ulum (2009) mendefinisikan human capital sebagai akumulasi nilai investasi pada pelatihan, kompetensi, serta masa depan karyawan. Meskipun karyawan dipertimbangkan menjadi aset perusahaan yang paling penting dalam pembelajaran organisasi, tetapi mereka tidak dimiliki oleh perusahaan. Human Capital penting karena merupakan sumberdaya inovasi dan strategi yang terbarukan, meskipun berasal dari brainstorming dalam penelitian laboratorium, lamunan di kantor, membuka kembali data yang lama, perancangan kembali proses baru, peningkatan kemampuan personal (Bontis et al., 2000).

2. *Customer Capital*

Customer Capital merupakan pengetahuan yang menempel pada hubungan dengan stakeholder yang mempengaruhi perusahaan (Cheng et al., 2010). Tema utama pada customer capital adalah pengetahuan yang menempel pada saluran pemasaran dan hubungan dengan pelanggan yang dikembangkan oleh perusahaan melalui proses alur bisnis. Sedangkan Drapper (1997) dalam Ulum

(2009) mendefinisikan customer capital sebagai nilai dasar pelanggan, hubungan dengan pelanggan, serta potensi pelanggan. Customer capital definisinya diperluas dengan dimasukkannya relational capital yang pada hakekatnya meliputi pengetahuan yang menempel pada semua hubungan organisasi yang dikembangkan dengan pelanggan, kompetisi, supplier, asosiasi perdagangan, serta pemerintah (Bontis et al., 2000)

3. *Structural Capital*

Structural capital muncul dari proses dan nilai organisasi, merefleksikan fokus internal dan eksternal perusahaan, ditambah pembaharuan dan pengembangan nilai di masa yang akan datang. Roos et al., (1997) dalam Bontis et al., (2000) mendeskripsikan structural capital sebagai apa yang tertinggal di perusahaan ketika karyawan kembali ke rumah di malam hari. Jika perusahaan miskin akan sistem dan prosedur dimana dia melaksanakan aksinya, intellectual capital secara keseluruhan tidak akan mencapai keseluruhan potensi. Organisasi dengan structure capital yang kuat akan mempunyai budaya suportif yang memperbolehkan setiap individu untuk mencoba hal baru, untuk belajar, dan gagal. Hanya structural capital yang dimiliki oleh perusahaan dan diasumsikan tidak akan diproduksi dan dibagikan, dan merupakan penaksiran *intellectual capital* yang paling bagus (Belkaoui, 2003). Tetapi Cheng et al., (2010) menyatakan bahwa laporan keuangan dapat digunakan untuk mengembangkan dan menyelidiki model *structural path* untuk hubungan antara *intellectual capital* dengan kinerja perusahaan dengan mempertimbangkan empat

komponen seperti *Innovation Capacity*, *Efficient Operating Process*, *Human Value Added*, serta *Maintanable Customer Relationship*.

2.3.3 Pengukuran *Intellectual capital*

Tan et al., (2007) mengelompokkan metode pengukuran *intellectual capital* ke dalam dua kategori :

1. model yang menggunakan pengukuran *monetary*
2. model yang menggunakan pengukuran *non monetary*

Model yang menggunakan pengukuran *non monetary* adalah :

1. *The Balance Scorecard*, dikembangkan oleh Kaplan dan Norton (1992);
2. Brooking's (1996) *Technology Broker method*;
3. Skandia IC Report method dikembangkan oleh Edvinsson and Malone (1997);
4. *The IC-Index* dikembangkan oleh Roos et al., (1997);
5. *Intangible Asset Monitor approach* dikembangkan oleh Sveiby's (1997);
6. *The Heuristic Frame* dikembangkan oleh Joia (2000);
7. *Vital Sign Scorecard* dikembangkan oleh Vanderkaay's (2000); dan
8. *The Ernst & Young Model* dikembangkan oleh Barsky dan Marchant, (2000).

Sedangkan model yang menggunakan pengukuran *monetary* antara lain:

1. *The EVA and MVA model* dikembangkan oleh Bontis et al., (1999)

2. *The Market-to-Book Value* model dikembangkan oleh berbagai penulis;
3. *Tobin's q method* dikembangkan oleh Luthy (1998);
4. *Pulic's VAICTM Model* (1998, 2000);
5. *Calculated intangible value* dikembangkan oleh Dzinkowski (2000);
dan
6. *The Knowledge Capital Earnings* model dikembangkan oleh Lev dan Feng (2001).

Tan et al., (2007) juga menyebutkan metode lain yang digunakan oleh peneliti akuntansi dan praktisi, antara lain :

1. *Human Resource Costing & Accounting* dikembangkan oleh Johanson dan Grojer (1998)
2. *Accounting for The Future* dikembangkan oleh Nash (1998)
3. *Total Value Creation* dikembangkan oleh McLean (1999)
4. *The Value Explorer and Weightless Weight* dikembangkan oleh Andriessen dan Tissen (2000) Andriessen (2001).

a) *Value Added Intellectual Coefficient (VAICTM)*

Pengukuran *intellectual capital* telah dilakukan oleh para peneliti untuk dapat melakukan penilaian terhadap *intellectual capital*. Salah satunya yaitu dengan menggunakan metode pengukuran *monetary* yang dikembangkan oleh Pulic yang disebut dengan VAICTM. VAICTM didesain untuk menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari aset berwujud (*tangible asset*) dan

aset tidak berwujud (intangible assets) yang dimiliki perusahaan. VAICTM merupakan instrumen untuk mengukur kinerja *intellectual capital* perusahaan. Pendekatan ini relatif mudah dan sangat mungkin untuk dilakukan, karena dikonstruksi dari akun-akun dalam laporan keuangan perusahaan (neraca, laba rugi) (Ulum, 2009). Kelebihan yang dimiliki metode Pulic, antara lain: VAICTM mempunyai dasar ukuran yang standar dan konsisten, angka-angka yang standar umumnya tersedia dalam laporan keuangan perusahaan (Pulic dan Bornemann, 1999). Data yang digunakan dalam perhitungan VAICTM telah diaudit sehingga lebih obyektif dan dapat diverifikasi (Pulic, 1998, 2000).

Model VAICTM dimulai dengan kemampuan perusahaan untuk menciptakan value added (VA). Value added adalah indikator paling objektif untuk menilai keberhasilan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai (value creation). VA dihitung sebagai selisih antara *output* dan *input*. *Output (OUT)* merepresentasikan *revenue* dan mencakup seluruh produk dan jasa yang dijual dipasar, sedangkan *input (IN)* mencakup seluruh beban yang digunakan dalam memperoleh *revenue*. Hal penting dalam model ini adalah bahwa beban karyawan (*labour expenses*) tidak termasuk dalam IN. 18 Karena itu, aspek kunci dalam model Pulic adalah memperlakukan tenaga kerja sebagai entitas penciptaan nilai (value creating entity) (Ulum, 2009). *Value added* (VA) dipengaruhi oleh efisiensi dari tiga jenis *input* yang dimiliki oleh perusahaan, antara lain : *Human Capital* (HC), *Capital Employed* (CE), dan *Structural Capital* (SC).

1. Value Added Human Capital (VAHU)

Value Added Human Capital mengindikasikan kemampuan tenaga kerja untuk menghasilkan nilai bagi perusahaan dari dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja tersebut. Semakin banyak *value added* dihasilkan dari setiap rupiah yang dikeluarkan oleh perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan telah mengelola sumber daya manusia secara maksimal sehingga menghasilkan tenaga kerja berkualitas yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan,

2. *Value Added Capital Employed (VACA)*

Value Added of Capital Employed (VACA) menggambarkan seberapa banyak *value added* yang dihasilkan dari modal fisik yang digunakan. Perusahaan akan terlihat lebih baik dalam memanfaatkan CE (*Capital Employed*)-nya jika 1 unit dari CE menghasilkan return lebih besar daripada perusahaan lain. Kemampuan perusahaan dalam mengelola CE dengan baik merupakan bagian dari *intellectual capital* perusahaan tersebut.

3. *Structural Capital Value Added (STVA)*

Structural Capital Value Added (STVA) menunjukkan kontribusi *structural capital* (SC) dalam penciptaan nilai. STVA mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai. SC bukanlah ukuran yang *independen* sebagaimana HC, ia *dependen* terhadap *value creation* (Pulic, 1999). Artinya, semakin besar kontribusi HC dalam *value creation*, maka akan semakin kecil kontribusi SC dalam hal tersebut. Lebih lanjut Pulic menyatakan

bahwa SC adalah VA dikurangi HC, yang hal ini telah diverifikasi melalui penelitian empiris pada sektor industri tradisional (Pulic, 2000).

b) *Market to Book Value (M/B)*

Market to Book Value merupakan perbandingan atau rasio antara perusahaan dengan nilai buku perusahaan. Dalam dunia investasi banyak indikator yang digunakan untuk menilai harga saham di pasar. Salah satu indikator yang digunakan adalah *market to book value (M/B)*. Semakin tinggi M/B, maka semakin mahal nilai saham. Namun mahal atau murahnya saham bersifat relatif. Ukuran yang dinilai representatif adalah dengan menggunakan perbandingan ukuran perusahaan di industri yang sama. *Market Value* merupakan nilai dari keseluruhan saham yang dimiliki oleh perusahaan. Penilaian investor terhadap baik buruknya perusahaan dapat dilakukan dengan melihat *market value* perusahaan. Naik turunnya *market value* dapat dipengaruhi oleh tingkat laba, nilai buku, spekulasi dan kepercayaan investor terhadap perusahaan. *Book Value* merupakan nilai kekayaan bersih dan selisih antara total aktiva dengan total kewajiban (*liabilities*) suatu perusahaan. *Book value* akan bergerak mengikuti kinerja perusahaan yang dapat dilihat dari laporan keuangan perusahaan. Jika kinerja perusahaan tumbuh dengan laba bersih yang semakin besar semestinya *book value* akan tumbuh positif. Tujuan dari M/B adalah untuk mengukur seberapa besar selisih antara *market value* dengan *book value* perusahaan. Laporan keuangan dengan selisih *market value dan book value* yang terlalu besar akan menyesatkan pengguna laporan keuangan untuk

mengambil keputusan karena selisih tersebut merupakan nilai yang hilang (*hidden value*) yang seharusnya tercantum dalam laporan keuangan perusahaan. Untuk mengurangi selisih yang terlalu besar, perusahaan dapat melakukan efisiensi sehingga dapat menurunkan biaya perusahaan dan meningkatkan pendapatan. Dengan demikian *book value* akan naik dengan diikuti oleh kenaikan dari M/B yang kemudian akan meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan

2.4 Kinerja Keuangan Perusahaan.

Istilah kinerja atau *performance* seringkali dikaitkan dengan kondisi keuangan perusahaan. Untuk mengetahui kondisi 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 daya yang ada.

Kinerja keuangan merupakan hasil nyata yang dicapai suatu badan usaha dalam suatu periode tertentu yang dapat mencerminkan tingkat kesehatan keuangan badan usaha tertentu dan dipergunakan untuk menunjukkan dicapainya hasil yang positif.

Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dilihat dan diukur dengan cara menganalisis laporan keuangan yang tersedia. Melalui analisis laporan keuangan, keadaan dan perkembangan finansial perusahaan serta hasil-hasil yang telah

dicapai perusahaan dapat diketahui, baik di waktu lampau maupun di waktu yang sedang berjalan sehubungan dengan pemilihan strategi perusahaan yang akan diterapkan. Dari segi manajemen keuangan, perusahaan dikatakan mempunyai kinerja yang baik atau tidak dapat diukur dengan (Sugiono, 2009, hal. 65) :

1. Kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban (utang) yang akan jatuh tempo (*liquidity*).
2. Kemampuan perusahaan untuk menyusun struktur pendanaan, yaitu perbandingan antara utang dan modal (*leverage*).
3. Kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan (*Profitability*).
4. Kemampuan perusahaan untuk berkembang (*growth*), dan
5. Kemampuan perusahaan untuk mengelola aset secara maksimal (*activity*).

(Horne dan Wachowicz: 2005, 201–202) mengemukakan agar dapat mengevaluasi kondisi keuangan perusahaan dan kinerjanya, analisis keuangan perlu melakukan pemeriksaan atas berbagai aspek kesehatan keuangan perusahaan. Alat yang sering digunakan selama pemeriksaan tersebut adalah rasio keuangan (*financial ratio*) atau indeks, yang menghubungkan data angka akuntansi dan didapat dengan membagi satu angka dengan angka lainnya. Agar rasio keuangan ada gunanya, maka diperlukan beberapa standar untuk perbandingan. Praktek yang umum dilakukan adalah membandingkan rasio keuangan perusahaan dengan pola rasio untuk industri atau lini bisnis di mana perusahaan beroperasi.

(Horne dan Wachowicz: 2005, hal. 202) analisis rasio keuangan melibatkan dua jenis perbandingan, yaitu :

1. Perbandingan Internal

Analisis dapat membandingkan rasio sekarang dengan rasio dahulu dan perkiraan di masa mendatang untuk perusahaan yang sama. Misalnya rasio lancar (*current ratio*) untuk tahun sekarang dapat dibandingkan dengan rasio lancar akhir tahun sebelumnya.

2. Perbandingan Eksternal dan Sumber Rasio Industri

Metode ini membandingkan antara rasio suatu perusahaan dengan berbagai perusahaan lainnya yang hampir sama atau dengan rata-rata industri pada suatu periode. Perbandingan semacam ini memberikan pandangan ke dalam mengenai kondisi keuangan dan kinerja relatif perusahaan.

Selama ini untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan, biasanya dinilai dengan laba akuntansi, dengan alat ukur yang lazim digunakan untuk mengukur tingkat laba (*profitability ratios*) adalah *Return on Asset* dan *Return on Equity* (Palepu, 2004:5-5)

2.4.1 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 keuangan merupakan alat bagi manajemen untuk mengendalikan bisnisnya.

Pengukuran kinerja merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan, karena digunakan sebagai dasar dalam menyusun sistem imbalan yang dapat mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan dalam perusahaan dan memberikan informasi yang berguna dalam membuat keputusan penting mengenai asset yang digunakan dan untuk memotivasi para manajer dalam membuat keputusan yang menyalurkan kepentingan perusahaan serta mengukur kinerja unit usaha suatu entitas usaha.

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 risiko atas penilaian tersebut (Brigham dan Houston, 2006). Dengan demikian pengukuran kinerja keuangan dari laporan keuangan dapat digunakan sebagai alat ukur pertumbuhan kekayaan pemegang saham.

2.4.2 Manfaat Pengukuran Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja keuangan banyak memberikan manfaat bagi perusahaan misalnya merumuskan, melaksanakan dan mengadakan penelitian terhadap kebijaksanaan-kebijaksanaan yang dianggap perlu, menilai keadaan atau posisi keuangan dan hasil operasi perusahaan. Menurut Mulyadi (2006:416) 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 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 menilai kerja mereka.
- e. Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan. Manfaat yang ditimbulkan dari adanya pengukuran kinerja keuangan perusahaan sangat tergantung dari pengelolaan perusahaan itu sendiri, datang proses yang disebut perencanaan.

2.4.3 Metode Pengukuran Kinerja Keuangan

Dalam mengadakan interpretasi dan analisa laporan finansial suatu perusahaan, seorang penganalisa finansial memerlukan adanya ukuran tertentu. Ukuran yang sering digunakan dalam analisa finansial adalah rasio. Rasio keuangan memberi cara bagi analis untuk membuat perbandingan yang berarti dari data keuangan perusahaan pada waktu yang berbeda atau dengan perusahaan yang berbeda. 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.

Rasio tersebut dapat membantu dalam menilai prestasi manajemen masa lalu dan prospeknya di masa depan. Analisis rasio keuangan yang tradisional memfokuskan diri pada angka-angka. Inti pendekatan ini adalah bahwa hubungan-hubungan kuantitatif dapat digunakan untuk mendiagnosa kekuatan dan kelemahan dalam kinerja suatu perusahaan. Rasio keuangan adalah angka yang diperoleh dari hasil perbandingan dari satu pos laporan keuangan dengan pos lainnya yang mempunyai hubungan yang relevan dan signifikan. Perbedaan jenis perusahaan dapat menimbulkan perbedaan rasio-rasio yang penting (Harahap, 2006:297).

Kinerja dan prestasi manajemen yang diukur dengan rasio-rasio keuangan tidak dapat dipertanggungjawabkan karena rasio keuangan yang dihasilkan sangat tergantung pada metode atau perlakuan akuntansi yang digunakan, karena pengukuran berdasarkan rasio ini tidak dapat diandalkan dalam mengukur nilai tambah yang tercipta dalam periode tertentu belum mampu menunjukkan kinerja manajemen perusahaan yang sebenarnya. Karena perbedaan tujuan dan harapan yang ingin dicapai, maka analisis keuangan juga beragam. Sejumlah rasio yang tidak terbatas banyaknya dapat dihitung, akan tetapi dalam prakteknya cukup digunakan beberapa jenis rasio saja. Menurut Harahap (2006:301), jenis-jenis rasio keuangan yang sering digunakan adalah:

a. Rasio Likuiditas

Yaitu rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya. Rasio-rasio ini dapat dihitung melalui sumber informasi tentang modal kerja yaitu pos-pos aktiva lancar dan utang lancar.

b. Rasio Solvabilitas

Yaitu rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya atau kewajiban-kewajibannya apabila perusahaan dilikuidasi.

c. Rasio Profitabilitas (Rentabilitas)

Yaitu rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya.

d. Rasio Hutang (*leverage*)

Yaitu rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun asset. Rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (*equity*). Perusahaan yang baik mestinya memiliki komposisi modal yang lebih besar dari utang. Rasio ini biasa juga dianggap bagian dari rasio solvabilitas.

e. Rasio aktivitas

Yaitu rasio yang menggambarkan aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan operasinya baik dalam kegiatan penjualan, pembelian, dan kegiatan lainnya.

f. Rasio pertumbuhan (*growth*)

Yaitu rasio yang menggambarkan persentasi pertumbuhan pos-pos perusahaan dari tahun ke tahun.

g. Rasio penilaian pasar (*market based ratio*)

Merupakan rasio yang lazim dan yang khusus dipergunakan di pasar modal yang menggambarkan situasi keadaan prestasi perusahaan di pasar modal.

h. Rasio produktivitas

Yaitu rasio yang menunjukkan tingkat produktivitas dari unit atau kegiatan yang dinilai. Informasi kinerja perusahaan, terutama profitabilitas, digunakan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan dimasa yang akan datang. Informasi fluktuasi kinerja penting untuk memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan arus kas dari sumber daya yang ada. Informasi tersebut juga berguna dalam perumusan pertimbangan efektifitas dalam memanfaatkan sumber daya. Dalam penelitian ini *Economic Value Added* dan *Return On Assets* sebagai alat pengukur kinerja keuangan modern digunakan sebagai alat analisis utama dalam indikator mengukur kinerja keuangan.

2.5 Return On Assets (ROA)

2.5.1 Pengertian Return On Assets (ROA)

Return On Assets mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut. ROA memberikan informasi kepada investor mengenai laba yang dihasilkan dari modal yang ditanamkan (aset) dan seberapa efektif perusahaan dalam mengkonversi kekayaannya untuk berinvestasi ke dalam laba bersih. Semakin tinggi angka ROA maka semakin baik, karena perusahaan mendapatkan uang lebih pada investasi yang sedikit. Penghitungan ROA dilakukan dengan membagi *net income* dengan rata-rata total aset perusahaan. ROA untuk perusahaan publik dapat bervariasi secara substansial dan akan sangat tergantung pada industri. Oleh sebab itu, ROA yang digunakan sebagai ukuran perbandingan sebaiknya membandingkannya dengan perusahaan serupa atau sejenis.

Profitabilitas perusahaan dapat diukur dengan menghubungkan antara keuntungan yang diperoleh dari kegiatan pokok perusahaan dengan kekayaan yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan. ROA negatif disebabkan laba perusahaan dalam kondisi negatif atau rugi. Hal ini menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan secara keseluruhan belum mampu menghasilkan laba Hansen Mowen (2005:125). *Return on Assets* (ROA) Maka dapat disimpulkan bahwa ROA suatu pengukuran kinerja perusahaan dengan rasio profitabilitas yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan

menggunakan total aktiva. Setelah biaya-biaya modal (biaya yang digunakan mendanai aktiva) dikeluarkan dari analisis.

2.5.2 Pengukuran *Return On Assets* (ROA)

ROA adalah rasio keuntungan bersih setelah pajak untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dari asset yang dimiliki oleh perusahaan. Pengukuran kinerja keuangan dengan ROA menunjukkan kemampuan atas modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Menurut Hansen Mowen (2005:123) ROA memiliki keunggulan dan kelemahan, diantaranya adalah :

a. Keunggulan *Return On Assets*

- 1). Mendorong manajer untuk memfokuskan pada hubungan antara penjualan, beban, dan investasi sebagaimana yang diharapkan dari manajer pusat investasi.
- 2). Mendorong manajer memfokuskan pada efisiensi biaya.
- 3). Mendorong manajer memfokuskan pada efisiensi aktivitas operasi.

b. Kelemahan *Return On Assets*

- 1). ROA mengakibatkan fokus yang sempit pada profitabilitas divisi dengan mengorbankan profitabilitas keseluruhan perusahaan.
- 2). ROA mendorong para manajer untuk berfokus pada kepentingan jangka pendek dengan mengorbankan kepentingan jangka panjang. Return On Assets dapat dihitung dengan rumus :

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

2.6 Pengaruh CSR Terhadap ROA

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh suatu perusahaan terhadap lingkungannya, maka semakin baik pula citra perusahaan menurut pandangan masyarakat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka semakin tinggi juga loyalitas konsumen. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Secara teoritis, suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja keuangan perusahaan juga baik. Berdasarkan jurnal dari Melisa Syahnaz (Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya) Yang berjudul “PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PERBANKAN” menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan *return on assets* (ROA). Hal inimenunjukkan bahwa semakin banyak pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan akan semakin

meningkatkan kinerja keuangan perusahaan perbankan.

2.7 Pengaruh *Environment* Terhadap ROA

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.

2.8 Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap ROA

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 *etal.* 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 ROIC (*rate of growth of intellectual capital*) terhadap kinerja keuangan perusahaan masa depan.

Jurnal Keuangan dan Bisnis Vol. 4, No. 3, November 2012 Rizki Fillhayati Rambe Dosen Tetap STIE Harapan Medan, dengan judul **“PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI”** Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa IC 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. Hasil ini sesuai dengan penelitian Chen *et.al* (2005), Muhammad dan Ismail (2009) yang membuktikan bahwa apabila penggunaan dan pemanfaatan *intellectual capital* semakin baik, maka profitabilitas perusahaan akan semakin meningkat, sehingga kinerja akan semakin baik. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan total aset yang dimiliki akan semakin meningkat apabila perusahaan dapat memaksimalkan kinerja *intellectual capital*.