

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Nugroho (2006) dalam Zuhroh (2006) merumuskan CSR dengan triple bottom line: people, planet dan profit. Triple Bottom Line tersebut mengukur kinerja keuangan, sosial dan lingkungan yang berfokus pada sustainability, sehingga bisnis tidak hanya laba tetapi juga memperhatikan manusia dan 'planet'.

CSR merupakan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap suatu isu tertentu di masyarakat atau lingkungan guna menciptakan lingkungan yang lebih baik. Kontribusi dari perusahaan ini bisa berupa banyak hal, misalnya: bantuan dana, bantuan tenaga ahli dari perusahaan, bantuan berupa barang, dan bantuan lainnya (wikipedia, 2006).

Menurut Bradshaw dalam Harahap (2002), CSR dibagi dalam 3 bentuk, yaitu *Corporate Philanthropy*, di sisi ini tanggungjawab sosial perusahaan masih bersifat kerelaan dan kedermawanan, belum sampai merupakan tanggungjawab. *Corporate Responsibility*, kegiatan pertanggungjawaban sosial sudah merupakan tanggungjawab perusahaan, bisa karena ketentuan Undang-Undang atau inisiatif dan kesadaran perusahaan. Dan *Corporate Policy*, tanggungjawab sosial sudah merupakan bagian dari kebijakan perusahaan.

Terdapat dua jenis konsep CSR, yaitu dalam pengertian luas dan dalam pengertian sempit. CSR dalam pengertian luas, berkaitan erat dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic activity*). Keberlanjutan kegiatan ekonomi bukan hanya terkait soal tanggungjawab sosial tetapi juga menyangkut akuntabilitas (*accountability*) perusahaan terhadap masyarakat dan bangsa serta dunia internasional. CSR dalam pengertian sempit dapat dipahami dari beberapa peraturan dan pendapat ahli berikut:

- Menurut (Widjaja & Yeremia, 2008) CSR merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan segala hal (*stake-holders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut. Pengertian tersebut sama dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yaitu merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Widjaja & Yani, 2006).
- Menurut UUPT 2007 pengertian CSR dalam Pasal 1 angka 3 menyebutkan tanggungjawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

- UUPM 2007, dalam penjelasannya pasal 15 huruf b disebutkan tanggungjawab sosial perusahaan adalah tanggungjawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi,seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Tampak bahwa UUPT 2007 mencoba memisahkan antara tanggung jawab sosial dengan tanggung jawab lingkungan, yang mengarah pada CSR sebagai sebuah komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan.
- Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, konsep CSR dapat dipahami dalam Pasal 2 bahwa menjadi ke-wajiban bagi BUMN baik Perum maupun Persero untuk melaksanakannya.
- Menurut The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (Fox etal. (2002) dalam Siswanto (2007)), definisi CSR atau tanggungjawab sosial perusahaan adalah: “Komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, beserta komunitas-komunitas setempat dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan”.
- Menurut Kotler dan Nancy (2005) Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan

kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan.

Sen dan Bhattacharya (2001) dalam Dewi (2007) menjelaskan bahwa

terdapat enam hal pokok yang termasuk dalam CSR, yaitu:

- Community support, yaitu dukungan pada program pendidikan, kesehatan, kesenian, dan sebagainya.
- Diversity, merupakan kebijakan perusahaan untuk tidak membedakan konsumen dan calon pekerja dalam hal gender, fisik, atau ras tertentu.
- Employee support, berupa perlindungan kepada tenaga kerja, insentif dan penghargaan serta jaminan keselamatan kerja.
- Environment, menciptakan lingkungan yang sehat dan aman, mengelola limbah dengan baik, menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan.
- Non-US operations, perusahaan bertanggung jawab untuk memberikan hak yang sama bagi masyarakat dunia untuk mendapat kesempatan bekerja, antara lain dengan membuka pabrik di luar negeri (abroad operations).
- Product, Perusahaan berkewajiban untuk membuat produk yang aman bagi kesehatan, tidak menipu, melakukan riset dan pengembangan produk, dan menggunakan kemasan yang bisa didaur ulang (recycled).

Sementara itu, Dumright dalam Sen (2001) menunjukkan kegiatan pokok CSR yang meliputi:

- Corporate philanthropy, merupakan kegiatan perusahaan yang berupa sumbangan-sumbangan dan kegiatan sosial tetapi tidak dimasukkan ke dalam rumusan strategi perusahaan.
- Cause related marketing, misalnya, perusahaan menyisihkan sebagian dari hasil penjualan produknya untuk disumbangkan kepada yayasan atau lembaga tertentu.
- Minority support programs, perusahaan memberikan perhatian kepada kelompok-kelompok masyarakat yang kurang mendapat perhatian, misalnya masyarakat miskin, kelompok ras tertentu, atau penyandang cacat.
- Socially responsible employment, perusahaan memberikan kesempatan bagi karyawan untuk melakukan tugas-tugas kemasyarakatan selama bekerja di perusahaan tersebut. Karyawan tidak dianggap sebagai assets perusahaan, tetapi sebagai bagian dari masyarakat yang memiliki tanggung jawab terhadap lingkungannya.

Berbagai macam faktor yang menjadi penyebab mengapa tanggung jawab sosial menjadi begitu penting dalam lingkup organisasi, diantaranya adalah (Sulistyaningtyas, 2006):

- Adanya arus globalisasi, yang memberikan gambaran tentang hilangnya garis pembatas diantara berbagai wilayah di dunia sehingga menghadirkan universalitas. Dengan demikian menjadi sangat mungkin perusahaan multinasional dapat berkembang dimana saja sebagai mata rantai globalisasi,

- Konsumen dan investor sebagai *public* primer organisasi profit membutuhkan gambaran mengenai tanggung jawab organisasi terhadap isu sosial dan lingkungannya,
- Sebagai bagian dalam etika berorganisasi, maka dibutuhkan tanggung jawab organisasi untuk dapat mengelola organisasi dengan baik (lebih layak dikenal dengan *good corporate governance*),
- Masyarakat pada beberapa negara menganggap bahwa organisasi sudah memenuhi standard etika berorganisasi, ketika organisasi tersebut peduli pada lingkungan dan masalah social,
- Tanggung jawab sosial setidaknya dapat mereduksi krisis yang berpotensi terjadi pada organisasi,
- Tanggung jawab sosial dianggap dapat meningkatkan reputasi organisasi.

Argumentasi yang menyatakan bahwa CSR diperlukan untuk hal-hal sebagai berikut (Anne, 2005):

- Menyeimbangkan antara kekuatan korporasi dengan aspek tanggungjawab,
- Mengurangi adanya regulasi pemerintah (yang berlebihan),
- Meningkatkan keuntungan jangka panjang,
- Meningkatkan nilai dan reputasi korporasi,
- Memperbaiki permasalahan sosial yang disebabkan oleh perusahaan.

Kemudian (Kotler & Nance, 2005) menambahkan dengan menekankan pada aspek bisnis, yaitu CSR dapat:

- Meningkatkan penjualan dan pangsa pasar,

- Memperkuat posisi merek dagang,
- Meningkatkan kemampuan untuk menarik, memotivasi dan memelihara karyawan,
- Menurunkan biaya operasi,
- Menarik minat investor dan para analis keuangan.

2.2 Sustainability

Menurut ekonom Solow (1991) dalam (Whitehead, 2006) mengemukakan keberlanjutan sebagai hasil masyarakat yang memungkinkan generasi mendatang setidaknya tetap memiliki kekayaan alam yang sama dengan generasi yang ada pada saat ini.

Sustainability adalah sebuah pendekatan terpadu terhadap kinerja perusahaan di bidang lingkungan, sosial, dan ekonomi karena ketiga aspek tersebut saling terkait satu sama lain (XavierBary@pa-csr.com).

Menurut Heal, (Fauzi,2004). Konsep keberlanjutan ini paling tidak mengandung dua dimensi, yaitu: dimensi waktu karena keberlanjutan tidak lain menyangkut apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang . Dan dimensi interaksi antara sistem ekonomi dan sistem sumber daya alam dan lingkungan.

Pezzey (1992) melihat aspek keberlanjutan dari sisi yang berbeda. Melihat bahwa keberlanjutan memiliki pengertian statik dan dinamik. Keberlanjutan dari sisi statik diartikan sebagai pemanfaatan sumber daya alam terbarukan dengan laju teknologi yang konstan, dan keberlanjutan dari sisi dinamik diartikan sebagai

pemanfaatan sumber daya alam yang tidak terbarukan dengan tingkat teknologi yang terus berubah.

Perman et al.,(1997) mencoba mengelaborasi lebih lanjut konsep keberlanjutan ini dengan mengajukan lima alternatif pengertian, yaitu:

- Suatu kondisi dikatakan berkelanjutan (sustainable) jika utilitas yang diperoleh masyarakat tidak berkurang sepanjang waktu dan konsumsi tidak menurun sepanjang waktu (non-declining consumption),
- keberlanjutan adalah kondisi dimana sumber daya alam dikelola sedemikian rupa untuk memelihara kesempatan produksi dimasa mendatang,
- keberlanjutan adalah kondisi dimana sumber daya alam (natural capital stock) tidak berkurang sepanjang waktu (nondeclining),
- keberlanjutan adalah kondisi dimana sumber daya alam dikelola untuk mempertahankan produksi jasa sumber daya alam, dan
- keberlanjutan adalah adanya kondisi keseimbangan dan daya tahan (resilience) ekosistem terpenuhi.

Haris (2000) melihat bahwa konsep keberlanjutan dapat diperinci menjadi tiga aspek pemahaman, yaitu :

- keberlanjutan ekonomi yang diartikan sebagai pembangunan yang mampu menghasilkan barang dan jasa secara kontinu untuk memelihara keberlanjutan pemerintahan dan menghindari terjadinya ketidakseimbangan sektoral yang dapat merusak produksi pertanian dan industri.

- Keberlanjutan lingkungan, adalah sistem keberlanjutan secara lingkungan harus mampu memelihara sumber daya yang stabil, menghindari eksploitasi sumber daya alam dan fungsi penyerapan lingkungan. Konsep ini juga menyangkut pemeliharaan keanekaragaman hayati, stabilitas ruang udara, dan fungsi ekosistem lainnya yang tidak termasuk kategori sumber-sumber ekonomi.
- Keberlanjutan sosial, keberlanjutan secara sosial diartikan sebagai sistem yang mampu mencapai kesetaraan, penyediaan layanan sosial termasuk kesehatan, pendidikan, gender, dan akuntabilitas politik.

2. 2. 1 Sustainability Development

Sustainable development diartikan sebagai kemungkinan untuk mencapai kelestarian lingkungan tanpa mengorbankan aspek pembangunan ekonomi dan sosial (Redclift dalam Miller, 2005: 238). Berdasarkan Kuhlmann (2010) pengertian pembangunan berkelanjutan (sustainability development) yang didapatkan dari United Nations (dalam Agenda for Development) yaitu pembangunan dengan wawasan multidimensional dalam mencapai kualitas hidup yang lebih tinggi. Pembangunan berkelanjutan (sustainability development) ini mencakup tiga aspek yaitu aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Dari sisi ekonomi Fauzi (2004) setidaknya ada tiga alasan utama mengapa pembangunan ekonomi harus berkelanjutan, dikarenakan :

- Menyangkut alasan moral. Generasi kini menikmati barang dan jasa yang dihasilkan dari sumber daya alam dan lingkungan sehingga secara moral

perlu untuk memperhatikan ketersediaan sumber daya alam tersebut untuk generasi mendatang. Kewajiban moral tersebut mencakup tidak mengekstraksi sumber daya alam yang dapat merusak lingkungan, yang dapat menghilangkan kesempatan bagi generasi mendatang untuk menikmati layanan yang sama.

- Menyangkut alasan ekologi, Keanekaragaman hayati misalnya, memiliki nilai ekologi yang sangat tinggi, oleh karena itu aktivitas ekonomi semestinya tidak diarahkan pada kegiatan pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan semata yang pada akhirnya dapat mengancam fungsi ekologi. Faktor ketiga, yang menjadi alasan perlunya memperhatikan aspek keberlanjutan adalah alasan ekonomi. Alasan dari sisi ekonomi memang masih terjadi perdebatan karena tidak diketahui apakah aktivitas ekonomi selama ini sudah atau belum memenuhi kriteria keberlanjutan, seperti kita ketahui, bahwa dimensi ekonomi berkelanjutan sendiri cukup kompleks, sehingga sering aspek keberlanjutan dari sisi ekonomi ini hanya dibatasi pada pengukuran kesejahteraan antargenerasi (intergeneration welfare maximization).

2. 2. 2 Sustainability Report

Laporan keberlanjutan (Sustainability Report) kian menjadi tren dan kebutuhan bagi perusahaan progresif untuk menginformasikan perihal kinerja ekonomi, sosial dan lingkungannya sekaligus kepada seluruh pemangku

kepentingan (stakeholders) perusahaan (Chariri, 2009). Sustainability Report memiliki definisi yang beragam, menurut Elkington (1997) SR berarti laporan yang memuat tidak saja informasi kinerja keuangan tetapi juga informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan bisa bertumbuh secara berkesinambungan (sustainable performance). Pelaporan *sustainability* akan menjadi perhatian utama dalam pelaporan nonkeuangan, Pelaporan ini memuat empat kategori utama yaitu : business landscape, strategi, kompetensi, serta sumber daya dan kinerja (Falk, 2007).

Laporan keberlanjutan (sustainability report) merupakan jenis laporan yang bersifat sukarela (voluntary). Laporan ini diungkapkan sebagai pelengkap laporan keuangan (financial statement), jadi laporan ini terpisah dari laporan keuangan perusahaan. *Sustainability report* mengungkapkan tiga kinerja yang terkait dengan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan. Menurut GRI (2006), mendefinisikan *sustainability report* sebagai praktik dalam mengukur dan mengungkapkan aktivitas perusahaan, sebagai tanggung jawab kepada *stakeholder* internal dan eksternal mengenai kinerja organisasi dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan.

Pengguna utama dari *Sustainability Report* antara lain, masyarakat atau komunitas, investor tanggung jawab sosial, bank, institusi pemerintah, dan manajemen dan karyawan. Manfaat *Sustainability Report* yang berdasarkan pada kerangka GRI, yaitu:

- sebagai benchmark kinerja organisasional dengan memperhatikan hukum, norma, undang-undang, standar kinerja, dan prakarsa sukarela, mendemostrasikan komitmen organisasional untuk sustainable development, dan
- membandingkan kinerja organisasional setiap waktu.

GRI mempromosikan dan mengembangkan pendekatan standarisasi pelaporan tersebut untuk menstimulasikan permintaan terhadap informasi sustainability yang akan menguntungkan pelaporan organisasi dan kepada yang menggunakan informasi laporan serupa.

Pengungkapan *Sustainability Report* yang sesuai dengan GRI (Global Reporting Index) harus memenuhi beberapa prinsip. Prinsip-prinsip ini tercantum dalam GRI-G3 Guidelines, yaitu:

- Keseimbangan

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

- Dapat dibandingkan

Sustainability Report berisi isu-isu dan informasi harus dipilih, dikumpulkan, dan dilaporkan secara konsisten. Informasi yang dilaporkan harus disajikan dalam sebuah cara yang memungkinkan pemangku

kepentingan dapat menganalisis perubahan kinerja organisasi dari waktu ke waktu dan dapat mendukung analisis relatif terhadap organisasi lainnya. Perbandingan sangat dibutuhkan dalam mengevaluasi kinerja. Pemangku kepentingan yang menggunakan laporan harus dapat membandingkan informasi kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial yang dilaporkan dengan kinerja organisasi sebelumnya, sasarannya, dan apabila memungkinkan dengan kinerja organisasi lainnya. Konsistensi dalam melaporkan memungkinkan pihak-pihak internal dan eksternal untuk melakukan perbandingan.

- Akurat

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

informasi. Sejumlah kebijakan akan membutuhkan ketepatan yang tinggi dalam melaporkan informasi dibandingkan dengan yang lainnya.

- Urut waktu

Laporan dilakukan berdasarkan jadwal reguler serta informasi kepada pemangku kepentingan tersedia tepat waktu ketika dibutuhkan dalam mengambil kebijakan. Kegunaan informasi akan sangat terkait dengan apakah waktu pengungkapannya kepada pemangku kepentingan dapat memungkinkan mereka untuk mengintegrasikannya secara efektif dalam pembuatan kebijakan yang mereka lakukan.

- Kesesuaian

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

- Dapat dipertanggungjawabkan

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

Fiori et al (2007) mengemukakan berikut manfaat yang diperoleh perusahaan yang mengungkapkan sustainability report untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan, antara lain:

- Ekspansi pada segmen pasar baru, dimana konsumen tidak hanya tertarik pada kualitas dan kuantitas suatu produk, tetapi juga memberikan perhatian lebih pada kede etis dimana dapan meningkatkan penjualan.
- Meningkatkan kepercayaan konsumen dan pemasok.
- Kapasitas mempertahankan orang – orang bertalenta dalam manajerial.
- Mengurangi biaya pajak.
- Mempertahankan ketersediaan sumber daya untuk kepentingan perusahaan.

2.3 Intellectual Capital

Intellectual capital merupakan salah satu pendekatan yang digunakan dalam penilaian dan pengukuran aset tak berwujud yang telah menjadi fokus perhatian dalam berbagai bidang, baik manajemen, teknologi informasi, sosiologi, maupun akuntansi (Petty dan Guthrie, 2000 dalam Ulum, Ghozali dan Chariri, 2008).

Intellectual capital (IC) adalah kajian penelitian baru yang mendapatkan perhatian cukup besar dari para ahli di berbagai disiplin seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang berbasis pada pengetahuan (*knowledge-based economy*) (Stähle et al. 2011;541).

Modal intelektual adalah perangkat yang diperlukan untuk menemukan peluang dan mengelola ancaman dalam kehidupan. Banyak pakar yang mengatakan bahwa modal intelektual sangat besar peranannya di dalam menambah nilai suatu kegiatan. Organisasi yang unggul dan meraih banyak keuntungan adalah organisasi yang terus menerus mengembangkan sumberdaya manusianya (Ross dkk., 1997).

Intellectual capital, oleh Nahapiet dan Ghoshal (1998), mengacu kepada pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu kolektivitas social, seperti sebuah organisasi, komunitas intelektual, atau praktek profesional. *Intellectual capital* mewakili sumber daya yang bernilai dan kemampuan untuk bertindak yang didasarkan pada pengetahuan.

Polanyi (Goshal, 1998) mengidentifikasi dua jenis pengetahuan: tacit dan explicit. Tacit knowledge merupakan pengetahuan tersembunyi yang tidak dapat/ sulit untuk diajarkan kepada orang lain. Sedangkan explicit knowledge merupakan pengetahuan yang tampak dan lebih bersifat formal serta mudah di transfer ke orang lain.

Sedangkan menurut Klein dan Prusak (Stewart, 1997), intellectual capital adalah materi intelektual yang telah diformalisasi, ditangkap, dan dimanfaatkan untuk memproduksi aset yang nilainya lebih tinggi. Setiap organisasi menempatkan materi intelektual dalam bentuk aset dan sumber daya, perspektif dan kemampuan eksplisit dan tersembunyi, data, informasi, pengetahuan, dan mungkin kebijakan.

Dalam upaya untuk mencari modal intelektual ini, Hubert Saint Onge (Stewart, 1997) dari Canadian Imperial Bank Of Commerce dan Leif Edvinsson dari Skandia membagi modal manusia, *structural capital* atau modal structural, dan *customer capital* atau modal pelanggan. (Sugeng, 2002:200)

Bontis (1998, 2001), dan Mouritsen *et al.*, (2001) menyatakan bahwa IC merupakan interaksi dari *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*. Sementara Guthrie *et al.*, (2004) menunjukkan klasifikasi lain, di mana *structural capital* dibagi menjadi *organizational capital* dan *customer capital*.

Kekuatan perusahaan tidak hanya terletak pada modal perusahaan berupa *tangible assets* tetapi adanya pengakuan bahwa aset perusahaan berupa pengetahuan (knowledge) dari setiap sumber daya manusia (SDM) yang ada dalam perusahaan merupakan aset yang paling berharga. Keberhasilan

menciptakan nilai dari suatu produk bukan terletak pada pabrik dan bangunan tapi terletak pada pikiran manusia yang menciptakan nilai produk tersebut (Sir, 2010).

Beberapa penjelasan dari tiga elemen utama IC yaitu:

- *Human Capital*

Human capital merepresentasikan *individual knowledge stock* suatu organisasi yang direpresentasikan oleh karyawannya. *Human capital* merupakan kombinasi dari *genetic inheritance; education; experience*, dan *attitude* tentang kehidupan dan bisnis (Bontis, 2001). *Human capital* akan meningkat apabila perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya.

Brinker (2000) memberikan beberapa karakteristik dasar yang dapat diukur dari modal ini, yaitu *training programs, credential, experience, competence, recruitment, mentoring, learning programs, individual potential, and personality*.

- *Structural Capital atau Organizational Capital*

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. Termasuk dalam hal ini adalah *database, system operasional perusahaan, budaya organisasi, dan semua bentuk IC yang dimiliki perusahaan* (Bontis, 2001).

- *Relational Capital* atau *Customer Capital*

Customer capital didefinisikan sebagai pengetahuan yang berharga yang mengalami interaksi dengan pihak-pihak dari luar organisasi, seperti konsumen, pemasok, kreditor, jaringan, aliansi strategis, jalur distribusi (Bozzolanet *al.*, 2003). Termasuk dalam hal ini adalah citra, reputasi, kesetiaan konsumen, kekuatan komersial, kekuatan negosiasi dengan badan finansial dan kegiatan lingkungan.

Customer capital dapat muncul dari berbagai bagian di luar lingkungan perusahaan yang dapat menambah nilai bagi perusahaan tersebut (Bontis, 2001).

2.4 Kinerja Keuangan (ROI)

Kinerja keuangan merupakan suatu ukuran tertentu yang digunakan oleh entitas untuk mengukur keberhasilan dalam menghasilkan laba. Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kinerja keuangan dapat dicerminkan melalui analisis rasio-rasio keuangan suatu perusahaan. Perhitungan rasio-rasio keuangan yang sering digunakan untuk mengetahui bagaimana kinerja keuangan perusahaan antara lain yaitu : rasio likuiditas, leverage keuangan, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas.

a. Likuiditas

Likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya kepada kreditur jangka pendek. Kreditur jangka pendek lebih tertarik pada aliran kas perusahaan dan manajemen modal kerja dibandingkan dengan besarnya profit yang diperoleh perusahaan. Jadi, kreditur jangka pendek akan lebih memperhatikan perkembangan likuiditas perusahaan. Likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan jangka pendek perusahaan untuk membayar kewajibannya yang jatuh tempo. Kewajiban atau hutang jangka pendek dapat dipenuhi atau ditutup dari aktiva lancar yang juga berputar dalam jangka pendek. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi, menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kinerja ekonomi yang kuat (Almilia dan Devi, 2007)

b. Solvabilitas Perusahaan

Solvabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya saat perusahaan tersebut dilikuidasi. Solvabilitas dapat diukur dengan cara membandingkan jumlah aktiva dengan jumlah hutang. Untuk laporan keuangan diatas perhitungan solvabilitasnya saya menggunakan “total debt to capital asset.”

$$\text{Total debt to capital assets} = (\text{total hutang} / \text{total aktiva}) \times 100\%$$

Kelikuidan suatu perusahaan tidak dapat ditentukan oleh solvabilitas perusahaan tersebut. Perusahaan yang solvable belum tentu likuid begitu pula sebaliknya.

c. Aktivitas Perusahaan

Analisis aktivitas perusahaan menggambarkan hubungan antara tingkat operasi perusahaan (sales) dengan aset yang dibutuhkan untuk menunjang kegiatan operasi perusahaan. Rasio aktivitas juga dapat digunakan untuk memprediksi modal yang dibutuhkan perusahaan (baik untuk kegiatan operasi maupun kegiatan jangka panjang). Rasio-rasio aktivitas perusahaan menunjukkan perbandingan yang layak antara sales dengan penggunaan aktiva-aktiva perusahaan.

Ananingsih (dalam Suryono dan Prastiwi, 2011), rasio aktivitas mengukur seberapa efektif perusahaan dalam pengelolaan aktivanya. Jika perusahaan terlalu banyak memiliki aktiva, maka biaya modalnya akan menjadi terlalu tinggi sehingga laba pun akan menurun. Di sisi lain, jika aktivitas terlalu rendah maka penjualan yang menguntungkan akan hilang, sehingga rasio ini menggambarkan perbandingan antara tingkat penjualan dan investasi. Rasio aktivitas perusahaan dapat dihitung dari perbandingan antara tingkat penjualan dengan berbagai elemen aktiva yang dimiliki perusahaan.

d. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi tingkat

profitabilitas, maka semakin rinci informasi yang disampaikan manajer dalam memberikan informasi kepada para stakeholder, hal ini berguna untuk meyakinkan stakeholder perusahaan. Beberapa penelitian mengungkapkan adanya hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Jati (dalam Suryono dan Prastiwi, 2011) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan kebebasan dan fleksibilitas yang diberikan kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial secara luas kepada para pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas maka akan semakin tinggi pula luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi pada perusahaan akan meningkatkan daya saing antar perusahaan. Perusahaan yang mempunyai profit tinggi, cenderung akan membuka cabang atau lini baru sehingga dapat memperbesar keuntungan investasi atau membuka investasi baru terkait dengan perusahaan induknya. Rasio profitabilitas mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, salah satunya adalah ROI.

Menurut Munawir dalam bukunya yang berjudul “Analisa Laporan Keuangan” (2004 : 89) Analisa ROI dalam analisa keuangan mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu tehnik analisa keuangan yang bersifat menyeluruh (komperhensif). Analisa ROI ini sudah merupakan teknik analisa yang lazim digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengukur efektifitas dari keseluruhan operasi perusahaan. *Return On*

Investment adalah salah satu bentuk dari ratio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Dengan demikian ratio ini menghubungkan keuntungan yang diperoleh dari operasi perusahaan (Net Operating Income) dengan jumlah investasi atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan operasi tersebut (Net Operating Asset). Sebutan lain untuk ratio ini adalah *Net Operating Profit Rate of Return* atau *Operating Earning Power*.

Besarnya ROI dipengaruhi oleh dua faktor:

3. *Turnover* dari operating asset (tingkat perputaran aktiva yang digunakan untuk operasi).
4. *Profit Margin* yaitu besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dengan persentase dan jumlah penjualan bersih. Profit Margin ini mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai perusahaan dibandingkan dengan penjualannya.

Besarnya ROI akan berubah jika ada perubahan *profit margin* atau *asset turnover*, baik masing-masing maupun kedua-duanya. Dengan demikian pimpinan perusahaan dapat menggunakan salah satu atau kedua-duanya dalam rangka usaha memperbesar ROI. Usaha mempertinggi ROI yaitu dengan cara :

- memperbesar Profit margin adalah bersangkutan dengan usaha untuk mempertinggi efisiensi di sektor produksi, penjualan, dan administrasi.

- memperbesar aset turnover adalah kebijaksanaan investasi dana dalam berbagai aktiva, baik aktiva lancar maupun aktiva tetap.

Besarnya ROI dapat diketahui dengan mengkalikan antara turnover operating asset dengan profit marginnya atau dengan rumus:

$$\text{Operating Asset Turn Over} \times \text{Profit Margin}$$

Atau:

$$\frac{\text{Penjualan}}{\text{Operating asset}} \times \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Penjualan}}$$

Kelebihan dan kelebihan ROI:

1. Sifatnya yang menyeluruh. Apabila perusahaan telah menjalankan praktik akuntansi dengan baik, maka teknik analisis ROI dapat digunakan oleh manajemen untuk mengukur efisiensi dalam penggunaan modal, produksi, dan penjualan. Jika sebuah perusahaan pada suatu perioda telah mencapai *operating assets turnover* sesuai dengan standar atau target yang telah ditetapkan, sedangkan ROI masih di bawah standar atau target yang telah ditetapkan, maka pihak manajemen tinggal melakukan peningkatan efisiensi di sektor produksi dan penjualan. Karena *operating assets turnover* yang telah sesuai target tetapi dengan ROI yang tidak sesuai target, berarti efisiensi dalam penggunaan modal telah dicapai, sementara efisiensi dalam produksi dan penjualan belum tercapai. Sebaliknya, bila *profit margin* telah mencapai target atau standar yang telah ditetapkan, sedangkan *operating asset turnover* di bawah target atau standar yang

telah ditetapkan, berarti pihak manajemen tinggal melakukan perbaikan terhadap kebijakan investasinya, baik dalam modal maupun aktiva tetap. Karena *profit margin* yang telah sesuai target tetapi dengan *operating asset turnover* yang tidak sesuai target, berarti efisiensi dalam produksi dan penjualan telah dicapai, sementara efisiensi dalam penggunaan modal belum tercapai.

2. Apabila perusahaan memiliki data industri sehingga dapat menghitung rasio industri, maka dengan analisis ROI dapat dibandingkan efisiensi penggunaan modal pada perusahaannya dengan perusahaan lain yang sejenis, sehingga dapat diketahui posisi perusahaan apakah berada di bawah, sama, atau di atas rata-rata industri. Dengan demikian akan dapat diketahui kelemahannya dan apa yang sudah kuat pada perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis.
3. Analisis ROI dapat digunakan untuk mengukur efisiensi aktivitas operasional yang dilakukan oleh setiap sub unit, yaitu dengan cara mengalokasikan semua biaya dan modal yang digunakan oleh sub unit tersebut. Manfaat pengukuran *rate of return* pada tingkat sub unit adalah untuk memperbandingkan tingkat efisiensi antar sub unit dalam perusahaan yang bersangkutan.
4. ROI berguna untuk keperluan perencanaan ROI dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan jika perusahaan akan mengadakan ekspansi. Misalnya perusahaan dapat menentukan bahwa ROI sebesar 30% sebagai target yang harus dicapai oleh perlengkapan/Mesin-mesin baru.

Dengan memproyeksikan penjualan dan biaya. Perusahaan akan dapat mengestimasi besarnya ROI yang akan dicapai dengan ekspansi yang akan dijalankan

kelemahan analisis ROI antara lain:

1. Perbedaan metoda dalam penilaian aktiva antar perusahaan dalam industri yang sejenis, akan memberikan bias dalam penghitungan rasio industri. Berbagai metoda penilaian *inventory* (FIFO, LIFO, *lower cost, or market valuation*) yang digunakan akan berpengaruh terhadap jumlah nilai *inventory*, dan selanjutnya akan berpengaruh terhadap jumlah nilai aktiva. Demikian pula, adanya berbagai metoda depresiasi akan ikut berpengaruh terhadap jumlah nilai aktiva.
2. Analisis ROI tidak memperhitungkan terjadinya fluktuasi harga (harga beli). Sebuah mesin atau aktiva tertentu lainnya yang dibeli pada saat kondisi inflasi tinggi, nilainya akan turun jika dibeli pada saat inflasi rendah, sehingga akan mempengaruhi hasil penghitungan *investment turnover* dan *profit margin*.

2. 5 Pengaruh CSR, Sustainability, dan Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan (ROI)

2. 5. 1 Pengaruh CSR terhadap Kinerja Keuangan (ROI)

Menurut Lindrawati, Nita Felicia, J.Th Budianto T. Berdasarkan analisis dan pembahasan ditemukan bukti empiris bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE, namun CSR berpengaruh secara signifikan terhadap

ROI. Ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR tetap dapat menampilkan kinerja keuangannya (ROI) dengan baik, meskipun dilihat dari ROE tidak signifikan.

Menurut Rina Tresnawati (2008) Program kegiatan CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan dengan kata lain CSR mampu untuk mendorong tingkat ROI di perusahaan.

Menurut Tsoutsoura (2004) dan Tresnawati (2008) yang menyatakan adanya pengaruh positif pengungkapan CSR terhadap profitabilitas perusahaan.

Ini berarti semakin tinggi pengungkapan CSR, semakin tinggi ROI di perusahaan. Perusahaan harus memperhatikan pelaksanaan CSR dengan teliti, karena hal tersebut mampu mendorong perusahaan untuk memiliki kinerja yang baik lagi. Sehingga perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya dalam menghadapi persaingan global dan menarik investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan yang memiliki komitmen CSR.

Balabanis, Phillips, dan Lyall (1998), memperlihatkan bahwa aktivitas dan pengungkapan CSR berhubungan positif dengan kinerja keuangan perusahaan (*gross profit to sales ratio/GPS*), pengungkapan CSR akan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan terutama untuk rasio laba dari penjualan. Tetapi pengungkapan CSR berhubungan negatif dengan *return on capital employed* (ROCE), apabila CSR diungkapkan, tidak akan membuat ROCE suatu perusahaan meningkat.

2. 5. 2 Pengaruh Sustainability terhadap Kinerja Keuangan (ROI)

Sitepu (2009) yang berkaitan dengan sustainability report dan kinerja perusahaan dengan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial menunjukkan hasil bahwa kinerja ekonomi dan lingkungan memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan, sedangkan kinerja sosial tidak memiliki pengaruh.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Annisa dan Wiwin (2009) berkaitan dengan sustainability report dan kinerja perusahaan menunjukkan hasil bahwa perusahaan-perusahaan yang mengungkapkan laporan berkelanjutan memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan dilihat dari sisi profitabilitas.

Menurut Mega Putri (2013) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Variabel profitabilitas menunjukkan pengaruh negatif terhadap pengungkapan sustainability report. Sedangkan likuiditas, *leverage*, aktivitas perusahaan, ukuran perusahaan dan dewan direksi tidak berpengaruh dalam pengungkapan *sustainability report*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kinerja keuangan belum sepenuhnya memengaruhi pengungkapan sustainability report.

2. 5. 3 Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan (ROI)

Intellectual capital merupakan sumberdaya yang terukur untuk peningkatan *competitive advantages*, karena dengan *Intellectual capital* perusahaan akan mampu menggunakan sumber daya perusahaan secara efisiensi, ekonomis dan efektif, oleh karena itu *intellectual capital* akan memberikan

kontribusi terhadap kinerja keuangan perusahaan (Harrison dan Sullivan, 2000, dalam Ulum, Ghozali dan Chariri, 2008).

Firer dan Williams (2003), telah membuktikan bahwa *intellectual capital* mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan VAIC™ yang diformulasikan oleh Pulic (1998; 1999) sebagai ukuran kemampuan intelektual perusahaan (*corporate intellectual ability*) dan juga adanya hubungan yang kuat antara efisiensi *value added* dengan komponen utama sumber daya perusahaan keuntungan perusahaan. Oleh karena itu, semakin baik penggunaan *intellectual capital* sebuah perusahaan maka makin baik pula kinerja yang akan diperlihatkan oleh perusahaan tersebut.

Wang dan Chang (2005) studi di Taiwan Informasi Teknologi Industri menemukan bahwa semua elemen memiliki modal intelektual dan berdampak signifikan terhadap kinerja perusahaan kecuali modal manusia .

Penelitian lebih lanjut oleh Pek Chen (2005) dalam cendekiawan modal dan prestasi Bank Malaysia menunjukkan bahwa dimensi modal intelektual mempengaruhi kinerja dan menunjukkan hubungan yang signifikan antara mereka.