

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut Johnson dan Johnson, dalam Nor Hadi. 2011:46 menyatakan bahwa : “*CSR is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact to society*“. Definisi ini pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Untuk itu perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Menurut Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) pertanggung jawaban sosial perusahaan atau CSR adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interkasinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum.

CSR akan secara proaktif menaikkan ketertarikan publik dengan mendorong pertumbuhan dan perkembangan komunitas. Pada dasarnya, CSR merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk menaikkan ketertarikan public dengan memperhatikan tiga garis dasar (*triple bottom line*) : *People, Planet, Profit*. Selama ini belum ada satu teori tunggal yang diterima untuk menjelaskan akuntansi sosial dan lingkungan, sehingga masih

banyak terdapat variasi dalam hal perspektif teoritis yang dapat diadopsi (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Reverte, 2008).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

CSR akan secara proaktif menaikkan ketertarikan publik dengan mendorong pertumbuhan dan perkembangan komunitas. Pada dasarnya, CSR merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk menaikkan ketertarikan public dengan memperhatikan tiga garis dasar (*triple bottom line*): *People, Planet, Profit*.

1. Sosial (*People*)

People atau masyarakat merupakan *stakeholders* yang sangat penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Maka dari itu perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Dan perlu juga disadari bahwa operasi perusahaan berpotensi memberi dampak kepada masyarakat. Karena itu perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang dapat menyentuh kebutuhan masyarakat (Yusuf Wibisono, 2007).

Dimensi sosial menyangkut keberlanjutan sebuah organisasi telah berdampak di dalam sistem sosial yang beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktek perburuhan/tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan tanggung jawab produk (www.globalreporting.org). Corporate Sosial Responsibility (CSR) dalam penelitian ini diukur melalui total biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan melalui program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL) yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan.

2. Lingkungan (*Planet*)

Planet atau lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang dalam kehidupan manusia. Karena semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia sebagai makhluk hidup selalu berkaitan dengan lingkungan misalnya air yang diminum, udara yang dihirup dan seluruh peralatan yang digunakan, semuanya berasal dari lingkungan. Namun sebagian besar dari manusia masih kurang peduli terhadap lingkungan sekitar. Hal ini disebabkan karena tidak ada keuntungan langsung yang bisa diambil didalamnya. Karena keuntungan merupakan inti dari dunia bisnis dan itu merupakan hal yang wajar. Maka, manusia sebagai pelaku industri hanya mementingkan bagaimana menghasilkan uang sebanyak-banyaknya tanpa melakukan upaya apapun untuk melestarikan lingkungan. Padahal dengan melestarikan lingkungan, manusia justru akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari sisi kesehatan, kenyamanan, di samping ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya (Yusuf Wibisono, 2007).

Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kehidupan di dalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara, dan air. Indikator kinerja lingkungan terkait dengan input (bahan, energi, air) dan output (emisi/gas, limbah sungai, limbah kering/sampah). Selain itu, kinerja mereka mencakup kinerja yang berkaitan dengan keanekaragaman hayati, kepatuhan lingkungan, dan informasi yang berkaitan lainnya seperti limbah lingkungan dan dampak dari produk dan jasa (www.globalreporting.org).

3. Ekonomi (*Profit*)

Profit atau keuntungan menjadi tujuan utama dan terpenting dalam setiap kegiatan usaha. Tidak heran bila fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan adalah mengejar *profit* dan mendongkrak harga saham setinggi-tingginya. Karena inilah bentuk tanggung jawab ekonomi yang paling esensial terhadap pemegang saham. Aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak *profit* antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya. Peningkatan produktivitas bisa diperoleh dengan memperbaiki manajemen kerja mulai penyederhanaan proses, mengurangi aktivitas yang tidak efisien, menghemat waktu proses dan pelayanan. Sedangkan efisiensi biaya dapat tercapai jika perusahaan menggunakan material sehemat mungkin dan memangkas biaya serendah mungkin (Yusuf Wibisono, 2007).

Dimensi ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kondisi ekonomi dari stakeholder dan system ekonomi pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global. Indikator ekonomi menggambarkan arus modal di

antara berbagai pemangku kepentingan dan dampak ekonomi utama dari organisasi seluruh masyarakat.

Konsep tanggungjawab sosial perusahaan sudah mulai dikenal sejak tahun 1979 yang secara umum diartikan sebagai organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana mereka berada. CSR bukan hanya merupakan kegiatan *karitatif* 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 Kurnianto (2010) mengelompokan tanggung jawab sosial ke dalam empat kelompok yaitu sebagai berikut :

1. *Economic Responsibility* secara ekonomi tanggungjawab perusahaan adalah menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat dengan harga yang wajar dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.
2. *Legal Responsibility* 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.
3. *Ethical Responsibility* perusahaan yang didirikan tidak hanya patuh dan taat pada hukum yang berlaku namun juga harus memiliki etika.

4. *Discretionary Responsibility* tanggung jawab ini sifatnya sukarela seperti berhubungan dengan masyarakat, menjadi warga negara yang baik, dll.

Menurut Zeller, Lapenu and Greeley, 2003 terdapat empat dimensi utama didalam kinerja sosial yaitu :

1. Outreach untuk orang miskin dan dikucilkan

Misi dan strategi penargetan, umumnya dikembangkan untuk mencapai populasi dari sistem keuangan. Tujuannya untuk populasi orang miskin, atau hanya untuk menawarkan jasa keuangan di daerah dimana jika perbankan tidak ada. Untuk mengevaluasi fokus pada penduduk secara ekonomi dan sosial.

2. Adaptasi dari layanan dan produk untuk klien sasaran

Hal ini tidak cukup untuk memutuskan pencapaian populasi target. Harus belajar tentang populasi target dan bekerja pada desain jasa keuangan sehingga mereka dapat sesuai dengan kebutuhan dan kendala klien. Indikator kinerja dapat menganalisis proses yang mengarah pada definisi layanan dan sejauh mana perusahaan mengetahui kebutuhan klien nya.

3. Meningkatkan modal sosial dan politik klien dan masyarakat

Kepercayaan antara perusahaan dan klien dapat mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan tingkat pemberdayaan. Untuk indikator kinerja sosial harus mengukur tingkat transparansi, upaya perusahaan melibatkan klien di dalam organisasi dan di luar (masyarakat, pemerintah daerah, pemerintah pusat).

4. *Institution responsibility*

Kesadaran sosial adalah persyaratan yang diperlukan untuk perilaku korporasi yang bertanggung jawab. Tanggung jawab sosial membutuhkan budaya perusahaan dengan konteks budaya dan sosio-ekonomi mereka, hubungan antara staf dan klien khususnya adanya klien yang berpartisipasi dalam pengambilan keputusan.

2.2 Konsep Keberlanjutan (*sustainability*)

2.2.1 Definisi Keberlanjutan (*sustainability*)

Konsep *sustainability* pada mulanya tercipta dari pendekatan ilmu kehutanan. Istilah ini berarti suatu upaya untuk tidak akan pernah memanen lebih banyak daripada kemampuan panen hutan pada kondisi normal. Kata *nachhaltigkeit* (bahasa Jerman untuk keberlanjutan) berarti upaya melestarikan sumber daya alam untuk masa depan (*Agricultural Economic Research Institut*, 2004) dalam (Kuhlman, 2010). Terdapat dua sudut pandang yang berbeda terkait hubungan antara manusia dengan alam. Salah satu sudut pandang menekankan pada adaptasi dan harmoni, sedangkan di posisi yang lain melihat alam sebagai sesuatu yang harus ditaklukkan (Kuhlman, 2010).

Makna lain dari keberlanjutan seperti yang dikemukakan oleh ekonom Solow (1991) dalam (Whitehead, 2006) mengemukakan keberlanjutan sebagai hasil masyarakat yang memungkinkan generasi mendatang setidaknya tetap memiliki kekayaan alam yang sama dengan generasi yang ada pada saat ini. Dalam pidatonya menjelaskan bahwa keberlanjutan tidak berarti kemudian

memerlukan penghematan sumber daya yang sedemikian khusus, melainkan hanya memastikan kecukupan sumber daya (kombinasi dari sumber daya manusia, fisik, dan alam) untuk generasi mendatang, sehingga membuat standar hidup mereka setidaknya sama baiknya dengan generasi saat ini. Ide utama yang dimiliki oleh Solow adalah bentuk peningkatan usaha untuk terus berupaya meninggalkan sumber daya yang cukup bagi generasi mendatang secara berkelanjutan. Sehingga masalah utamanya yakni keputusan mengenai seberapa banyak yang akan dikonsumsi saat ini, bila ditandingkan dengan seberapa banyak yang mampu dilakukan, sebagai faktor penggerak utama bagi *sustainability* (Whitehead, 2006).

Pandangan lain mengenai *sustainability* dari Daly (dalam Nugroho, 2006) mengatakan *sustainability* merupakan suatu keadaan yang dapat dipertahankan dalam jangka waktu yang tidak terbatas. Dari pernyataan ini diusulkan tiga kaidah operasional dalam mendefinisikan keadaan dari *sustainability*, yaitu :

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

Haris (2000) dalam Fauzi 2004, melihat bahwa konsep keberlanjutan dapat diperinci menjadi tiga aspek pemahaman, (1) keberlanjutan ekonomi yang diartikan sebagai pembangunan yang mampu menghasilkan barang dan jasa secara kontinu untuk memelihara keberlanjutan pemerintah dan menghindari terjadinya ketidakseimbangan sektoral yang dapat merusak produksi pertanian dan industri. (2) keberlanjutan lingkungan : 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 udara, dan fungsi ekosistem lainnya yang tidak termasuk kategori sumber-sumber ekonomi. (3) keberlanjutan sosial, keberlanjutan secara sosial diartikan sebagai sistem yang mampu mencapai kesetaraan, penyediaan layanan sosial termasuk kesehatan, pendidikan, gender, dan akuntabilitas publik.

2.2.2 Manajemen Berkelanjutan

Pengelolaan yang berkelanjutan mengambil konsep dari keberlanjutan dan mensintetis mereka dengan konsep manajemen. Keberlanjutan memiliki tiga cabang yaitu lingkungan, kebutuhan generasi sekarang dan masa depan, dan ekonomi. Dengan menggunakan cabang-cabang, menciptakan kemampuan untuk mencaga sistem yang berjalan tanpa batas, menjaga kelangsungan ekonomi, serta bergizi kebutuhan generasi sekarang dan yang akan datang. Dari definisi ini, manajemen yang berkelanjutan telah diciptakan untuk didefinisikan sebagai penerapan praktek-praktek berkelanjutan dalam kategori bisnis, pertanian,

masyarakat, lingkungan, dan kehidupan pribadi dengan mengelola mereka dengan cara yang akan menguntungkan generasi sekarang dan generasi mendatang.

Pengelolaan yang berkelanjutan diperlukan karena merupakan bagian penting dari kemampuan untuk berhasil mempertahankan kualitas hidup di planet kita. Pengelolaan yang berkelanjutan dapat diterapkan pada semua aspek kehidupan kita. Misalnya, praktek-praktek bisnis harus berkelanjutan jika mereka ingin tinggal dalam bisnis, karena jika bisnis ini tidak berkelanjutan, maka dengan definisi keberlanjutan mereka akan berhenti untuk dapat berada di kompetensi. Masyarakat berada dalam kebutuhan manajemen yang berkelanjutan, maka manajemen harus berkelanjutan. Hutan dan sumber daya alam perlu memiliki manajemen yang berkelanjutan jika mereka dapat secara terus menerus digunakan oleh generasi kita dan generasi mendatang.

Strategi manajer mencerminkan pola pikir zaman. Ini menjadi kasus, itu telah menjadi masalah bagi evolusi praktek pengelolaan berkelanjutan karena dua alasan. Alasan pertama adalah bahwa norma-norma yang berkelanjutan yang terus menerus berubah. Misalnya, hal-hal yang dianggap tak terpikirkan beberapa tahun lalu, sekarang praktek standar. Dan alasan kedua adalah bahwa untuk praktek manajemen yang berkelanjutan, orang harus berpikir kedepan, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi juga dalam jangka panjang.

2.2.3 Posisi Manajer

Seorang manajer adalah orang yang bertanggung jawab atas perencanaan hal-hal yang akan menguntungkan situasi yang mereka kendalikan. Untuk

menjadi manajer keberlanjutan, salah satu kebutuhan seorang manajer yang dapat mengontrol masalah dan solusi rencana yang akan berkelanjutan, sehingga apa yang mereka dimasukan ke dalam tempat akan dapat melanjutkan untuk generasi menadatang. Tugas seorang manajer yang berkelanjutan adalah seperti posisi manajemen lainnya, tapi tambahan mereka harus kudis sistem sehingga mereka dapat mendukung dan mempertahankan diri mereka sendiri.

Selain itu perusahaan harus membuat hubungan antara keberlanjutan sebagai visi dan keberlanjutan sebagai praktek. Manajer perlu berpikir sistematis dan realistis tentang penerapan prinsip-prinsip bisnis tradisional untuk masalah lingkungan. Setiap perusahaan dapat menjadi hijau pada anggaran standar. Dengan berfokus pada gambaran besar, perusahaan dapat menghasilkan penghematan lebih dan kinerja yang lebih baik. Dengan menggunakan perencanaan, desain, dan konstruksi pada nilai-nilai yang berkelanjutan, manajemen yang berkelanjutan berusaha untuk fokus pada ide inti yaitu menyelesaikan *greenbuilding* yang sukses, atau bisnis manajemen juga menerapkan analisis biaya manfaat untuk mengalokasikan dana dengan tepat.

2.2.4 *Management Sustainability* dan *Human Factors* (Manajemen Berkelanjutan)

Bisnis berkelanjutan adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan nilai jangka panjang bagi pemegang saham dengan mengintegrasikan ekonomi, sosial dan lingkungan kedalam strategi bisnisnya.

a. Keterlibatan karyawan dalam manajemen berkelanjutan

Nilai yang umumnya berasal dari keterlibatan karyawan di dalam organisasi dapat lebih diperkuat dalam organisasi yang mempunyai tujuan untuk menjalankan manajemen berkelanjutan. Sebagian besar eksekutif/pimpinan didalam organisasi tersebut akan mengartikulasikan visi perusahaan yang dapat menumbuhkan ekonomi, memberikan kontribusi terhadap nilai-nilai sosial didalam dan di dunia, dan mendorong pengelolaan lingkungan melakukan ini secara bersama-sama.

b. *Peolpe, Profit, Planet*

Ketiga faktor ini berkaitan satu sama lain, masyarakat tergantung pada ekonomi ; ekonomi dan keuntungan perusahaan tergantung pada masyarakat dan lingkungan bahkan ekosistem global. 3P digunakan sebagai kerangka atau formula untuk mengukur dan melaporkan kinerja perusahaan mencakup parameter-parameter ekonomi, sosial dan lingkungan dengan memperhatikan kebutuhan *stakeholders* (konsumen, pekrja, mitra bisnis, pemerintah, dan masyarakat) guna meminimalkan gangguan atau kerusakan pada manusia dan lingkungan dari berbagai aktifitas perusahaan.

c. Perusahaan menekankan penerapan manajemen berkelanjutan

1. Pembangunan berkelanjutan menjamin keberhasilan dan kekuatan perusahaan untuk generasi mendatang.
2. Perusahaan sangat mendukung bahwa pembangunan berkelanjutan akan membantu membuat perusahaan menjadi salah satu perusahaan terbesar di dunia.

- d. Tantangan yang dihadapi perusahaan dalam menerapkan manajemen berkelanjutan
 1. Bagaimana cara melakukan perubahan di dalam manajemen dari manajemen biasa menjadi manajemen yang berkelanjutan (memperhatikan faktor ekonomi, sosial dan lingkungan).
 2. Bagaimana cara melatih para pemimpin perusahaan untuk mengelola perubahan.
- e. Aktivitas SDM dalam menciptakan manajemen perusahaan secara berkelanjutan
 1. Berpartisipasi dalam perumusan strategi
 2. Membuat dan mengelola proses perubahan transformasional
 3. Mendukung keterlibatan tenaga kerja
- f. Kontribusi SDM dalam menciptakan manajemen perusahaan secara berkelanjutan
 1. Mengelola dan mendukung perubahan atau perjalanan transformatif untuk menciptakan perusahaan secara berkelanjutan
 2. Asumsi pendekatan untuk mengelola perubahan untuk menjadi perusahaan secara berkelanjutan di abad 21
 3. Untuk mencapai perusahaan berkelanjutan membutuhkan perubahan mendasar dalam keberhasilan perusahaan mengelola dan mengukur metrik melalui TBL

4. Pencapaian kinerja yang sukses pada metrik TBL membutuhkan perubahan yang mendasar dalam pendekatan terhadap pasar, pelanggan, *stakeholders*, dan pemegang saham
5. Menjalani konsep TBL ke dalam keputusan bisnis sehari-hari membutuhkan nilai-nilai perusahaan baru yang berkelanjutan yang dapat dipahami dan dianut oleh pengambilan keputusan di berbagai tingkat organisasi.

2.2.5 Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainability Development*)

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

2.2.6 Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*)

Sustainability Report (SR) adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). SR meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004 dalam Anggraini, 2006). SR harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* (bisnis inti) dan sektor industrinya.

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

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

Permintaan akan kebutuhan pengungkapan bagi perusahaan yang lebih transparansi, meningkatkan tekanan bagi perusahaan untuk mengumpulkan, mengendalikan, mempublikasikan tentang informasi *sustainability* yang mereka miliki. Hasilnya pelaporan *sustainability* menjadi strategi komunikasi kunci bagi para manajer dalam menyampaikan aktivitasnya (Falk, 2007). Perkembangan pelaporan *sustainability* perusahaan terus meningkat, yang membahas mengenai *environment, health, safety* setiap tahunnya. 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).

Global Reporting Initiative (GRI) merupakan salah satu organisasi internasional yang berpusat di Amsterdam, Belanda. Aktivitas utamanya difokuskan kepada pencapaian tranparansi dan pelaporan suatu perusahaan, melalui pengembangan stándar dan pedoman pengungkapan *sustainability*. GRI mendefinisikan *sustainability report* sebagai praktik dalam mengukur dan mengungkapkan aktivitas perusahaan, sebagai tanggung jawab kepada *stakeholder* internal maupun eksternal mengenai kinerja organisasi dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan. *Sustainability report* akan menjadi salah satu media untuk mendeskripsikan pelaporan ekonomi, lingkungan, dan dampak sosial (seperti halnya konsep *triple bottom line*, pelaporan CSR, dsb).

David (dalam Nugroho, 2007) mengatakan *sustainability report* mengandung narrative text, foto, tabel, dan grafik yang memuat penjelasan mengenai pelaksanaan *sustainability* perusahaan. *Sustainability reporting* dapat

didesain oleh manajemen sebagai cerita retorik untuk membentuk *image* (pencitraan) pemakainya melalui pemakaian *narrative text*. Teks naratif (*narrative text*) merupakan bagian yang memainkan peranan penting bagi perusahaan dalam membentuk *image* perusahaan. Teks naratif antara lain meliputi diskusi dan analisis manajemen dan sambutan yang disampaikan direktur dan komisaris. Melalui teks naratif, perusahaan secara aktif berusaha membentuk *image* positif dan menghindari *image* negatif (Gardner and Martinko (dalam Nugroho,2007)).

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) menjelaskan manfaat yang didapat dari *sustainability report* antara lain :

- a. *Sustainability report* memberikan informasi kepada stakeholder (pemegang saham, anggota komunitas lokal, pemerintah) dan meningkatkan prospek perusahaan, serta membantu mewujudkan transparansi.
- b. *Sustainability report* dapat membantu membangun reputasi sebagai alat yang memberikan kontribusi untuk meningkatkan *brand value*, *market share*, dan *loyalitas* konsumen jangka panjang.
- c. *Sustainability report* dapat menjadi cerminan bagaimana perusahaan mengelola risikonya.
- d. *Sustainability report* dapat digunakan sebagai stimulasi *leadership thinking* dan *performance* yang didukung dengan semangat kompetisi.

- e. *Sustainability report* dapat mengembangkan dan memfasilitasi pengimplementasian dari sistem manajemen yang lebih baik dalam mengelola dampak lingkungan, ekonomi, dan sosial.
- f. *Sustainability report* cenderung mencerminkan secara langsung kemampuan dan kesiapan perusahaan untuk memenuhi keinginan pemegang saham untuk jangka panjang.
- g. *Sustainability report* membantu membangun ketertarikan para pemegang saham dengan visi jangka panjang dan membantu mendemonstrasikan bagaimana meningkatkan nilai perusahaan yang terkait dengan isu sosial dan lingkungan.

Sustainability report juga digunakan oleh institusi pemerintah misalnya dari pihak kementerian lingkungan untuk membuat penilaian atas kinerja perusahaan terhadap lingkungan dalam setiap pelaporan organisasi. Seperti halnya di Indonesia, peraturan dalam pengungkapan CSR dapat ditemukan dalam aturan yang dikeluarkan oleh Bapepam dan Undang-undang nomor 40/2007 tentang Perseroan Terbatas. Pengungkapan laporan keberlanjutan dalam aturan yang telah ditetapkan berupa laporan yang berdiri sendiri, meskipun masih banyaknya pengimplementasian CSR yang diungkapkan bersamaan dengan laporan tahunan suatu perusahaan (Gunawan, 2009).

2.2.7 Pengungkapan (*Disclosure*)

Pengungkapan (*disclosure*) merupakan upaya transparansi perusahaan/entitas dalam menyajikan informasi (baik itu keuangan ataupun non

keuangan) kepada para *user*. *User* dalam hal ini adalah para pengguna dari informasi tersebut dalam pengambilan keputusan. Untuk entitas swasta (*private*) tentu saja yang menjadi *user* adalah para kreditor, investor, manajer, karyawan, dan bahkan pemerintah. Sedangkan *user* untuk *public entity* yang saat ini juga sudah menerapkan upaya transparansi sebagai bentuk akuntabilitas dari laporan keuangannya adalah pemerintah bersangkutan, masyarakat, dan investor. Dan *concern* di tulisan ini pengungkapan laporan keuangan untuk entitas swasta.

Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan, Suwardjono (2005). Tujuan pengungkapan adalah menyediakan informasi yang memadai bagi para pengguna untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Menurut Hendrikson (1994) dalam Subiyantoro dan Saerce Elsy Hatane (2007) ada tiga konsep pengungkapan yang umumnya diusulkan yaitu cukup (*adequate*), wajar (*fair*), dan lengkap (*full*). Pengungkapan cukup adalah yang paling lazim dipergunakan dari tiga pernyataan itu, meskipun hal ini menyiratkan hanya pengungkapan minimum yang serasi dengan tujuan negatif untuk membuat laporan tidak menyesatkan. Wajar dan lengkap merupakan konsep yang lebih positif. pengungkapan yang wajar secara tak langsung merupakan tujuan etis agar memberikan perlakuan yang sama bagi semua user yang berkepentingan dengan perusahaan. Pengungkapan yang lengkap menyiratkan penyajian semua informasi yang relevan. Pengungkapan yang layak mengenai informasi yang signifikan bagi para investor dan pihak lainnya hendaknya cukup, wajar dan lengkap.

Pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan dikelompokkan dalam dua bagian, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*).

a. Pengungkapan Wajib (*Mandatory Disclosure*)

Menurut peraturan pemerintah yang dikeluarkan melalui keputusan ketua BAPEPAM No. SE-02/PM/2002 tentang pedoman penyajian dan pengungkapan laporan keuangan emiten atau perusahaan publik, pengungkapan wajib merupakan pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku. Peraturan tentang standar pengungkapan informasi bagi perusahaan yang telah melakukan penawaran umum dan perusahaan publik yaitu, Peraturan No. VIII.G.7 tentang Pedoman Penyajian Laporan Keuangan dan Peraturan No. VIII.G.2 tentang Laporan Tahunan. Peraturan tersebut diperkuat dengan Keputusan Ketua Bapepam No. Kep-17/PM/1995, yang selanjutnya diubah melalui Keputusan Ketua Bapepem No. Kep-38/PM/1996 yang berlaku bagi semua perusahaan yang telah melakukan penawaran umum dan perusahaan publik. Peraturan tersebut diperbaharui dengan Surat Edaran Ketua Bapepam No. SE-02/PM/2002 yang mengatur tentang penyajian dan pengungkapan laporan keuangan emiten atau perusahaan publik untuk setiap jenis industri.

b. Pengungkapan Sukarela (*Voluntary Disclosure*)

Menurut Zubaidah dan Zulkifar (2005), pengungkapan sukarela yaitu pengungkapan butir-butir yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Pengungkapan sukarela merupakan pilihan bebas manajemen perusahaan untuk memberikan informasi akuntansi dan

informasi lainnya yang dipandang relevan untuk keputusan oleh para pemakai laporan keuangan tersebut. Menurut peraturan mengenai laporan keuangan yang ada di Indonesia, hal ini dimungkinkan untuk dilakukan. Jika dimasukkan dalam jenis kelompok pengungkapan, sustainability reporting masuk dalam kelompok pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) (Sri, 2013). Pengungkapan sukarela merupakan pilihan bebas manajemen perusahaan untuk memberikan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dipandang relevan untuk keputusan oleh para pemakai laporan keuangan tersebut. Menurut peraturan mengenai laporan keuangan yang ada di Indonesia, hal ini dimungkinkan untuk dilakukan.

2.3 *Intellectual Capital (IC)*

Intellectual capital (IC) atau modal intelektual memiliki peran yang sangat penting dan strategis di perusahaan. Stewart (dalam Hartono, 2001) mendefinisikan IC sebagai “*intellectual capital as the intellectual material that has been formalized, capture and leveraged to create wealth by producing a higher value assets*”. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa IC merupakan sumber daya berupa pengetahuan yang tersedia pada perusahaan yang akhirnya mendatangkan *future economic benefit* pada perusahaan tersebut. Jadi inti dari keberadaan IC adalah pengetahuan itu sendiri yang didukung proses informasi untuk menjalin hubungan dengan pihak luar.

Koistra dan Zijlstra (dalam Purnomosidhi, 2006) mendefinisikan modal intelektual sebagai material yang telah diformalkan, diperoleh, dan dimanfaatkan

untuk menghasilkan aset yang bernilai lebih tinggi. Stewart (dalam Purnomosidhi, 2006) menyatakan modal intelektual sebagai *intellectual material*, yang meliputi pengetahuan, informasi, kekayaan intelektual, dan pengalaman yang dapat digunakan secara bersama untuk menciptakan kekayaan (*wealth*). Sedangkan Williams (dalam Purnomosidhi, 2006) berpendapat bahwa modal intelektual adalah informasi dan pengetahuan yang diaplikasikan dalam pekerjaan untuk menciptakan nilai.

Skema modal intelektual menurut (Sveby, 1997), (Stewart, 1997), dan (Edvinson dan Sullivan, 1996) menggambarkan tiga elemen yang sama, yaitu modal intelektual yang melekat pada manusia (*human capital*), modal intelektual yang melekat pada organisasi (*structural capital*), dan modal intelektual yang melekat pada hubungan dengan pihak eksternal (*customer capital*).

— Elemen pertama dalam tabel di atas adalah *human capital*, yang merupakan kombinasi dari pengetahuan, keahlian (*skill*), kemampuan melakukan inovasi, dan kemampuan menyelesaikan tugas, meliputi nilai perusahaan, kultur dan filsafatnya (Bontis dalam Hartono, 2001). Elemen kedua merupakan *structural capital* yang merupakan sarana dan prasarana yang mendukung karyawan untuk menciptakan kinerja yang optimum, meliputi struktur organisasi, patent, dan trade mark (Hartono, 2001). Elemen ketiga adalah *customer capital*, mencerminkan hubungan dengan pihak luar dari organisasi, seperti koneksi, loyalitas pelanggan, dan hubungan yang baik dengan supplier (Petras dalam Hartono, 2001). Jadi interaksi dari ketiga komponen *intellectual capital* tersebut akan menciptakan nilai dari perusahaan secara keseluruhan.

Komponen-komponen modal intelektual di atas merupakan induksi *future value* dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan kinerja keuangan. Oleh karena itu, diperlukan metode pelaporan dan pengelolaan terhadap dimensi-dimensi intangible yang lebih sistematis (Purnomosidhi, 2006).

1. *Human Capital*

Human capital (modal manusia) mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki orang-orang dalam perusahaan tersebut. *Human capital* akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya (Sawarjuwono, 2003). Perusahaan tidak dapat menciptakan pengetahuan dengan sendirinya tanpa inisiatif dari individu yang terlibat dalam proses organisasi. Oleh karena itu *human capital* sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena *human capital* merupakan penggabungan sumberdaya-sumberdaya intangible yang melekat dalam diri anggota organisasi. *Human capital* merupakan akumulasi nilai-nilai investasi dalam pelatihan karyawan dan kompetensi sumber daya manusia (Anatan, 2004).

Human capital menjadi sangat penting karena merupakan aset perusahaan dan sumber inovasi serta pembaharuan. Karyawan dengan *human capital* yang tinggi akan lebih memungkinkan untuk memberikan layanan yang berkualitas sehingga dapat mempertahankan maupun menarik pelanggan baru. Jika informasi mengenai kualitas layanan suatu perusahaan tersedia, tingkat pendidikan dan pengalaman dapat bertindak sebagai indikator kemampuan dan kompetensi

perusahaan tersebut, sehingga diharapkan dalam era berikutnya perusahaan lebih mempedulikan *human capital* yang dimiliki (Sugeng, 2000).

2. *Structural Capital*

Structural capital meliputi seluruh *non-human storehouses of knowledge* dalam organisasi. Termasuk dalam hal ini adalah *database, organizational charts, process manuals, strategies, routines* dan segala hal yang membuat nilai perusahaan lebih besar daripada nilai materialnya (Ulum, 2008). *Structural capital* dalam suatu perusahaan terdiri atas empat elemen yaitu:

- a. *System*, merupakan cara dimana proses organisasi (informasi, komunikasi, dan pembuatan keputusan) dan output (*product, service, dan capital proceed*) dijalankan.
- b. *Structure*, merupakan penyusunan tanggung jawab dan penghitungan yang mendefinisikan posisi dan hubungan diantara anggota-anggota organisasi.
- c. *Strategy*, merupakan tujuan-tujuan organisasi dan cara untuk mencapainya
- d. *Culture*, merupakan penjumlahan opini-opini individual, pemikiran bersama, nilai-nilai dan norma dalam organisasi.

Perusahaan dengan *structural capital* yang kuat akan memiliki dukungan budaya yang memungkinkan perusahaan untuk mencoba sesuatu, untuk belajar, dan untuk mencoba kembali sesuatu. Konsep *intellectual capital* memungkinkan *intellectual capital* untuk diukur dan dikembangkan dalam suatu perusahaan (Anatan, 2004). Relational Capital

3. *Customer Capital*

Hubungan organisasi dengan orang-orang yang berbisnis dengan organisasi tersebut. Saint Onge memberi definisi *customer capital* sebagai kedalaman (penetrasi), kelebaran (cakupan), dan keterkaitan (*loyalty*) dari perusahaan. Edvinsson menambahkan *customer capital* adalah kecenderungan pelanggan suatu perusahaan untuk tetap melakukan bisnis dengan perusahaan tersebut (Stewart, 1997).

Customer capital seringkali diukur atau dihitung karena merupakan sumber pendanaan dibandingkan dengan *human capital* atau *structure capital*. Misalnya merek, merupakan contoh *customer capital* yang memiliki metode penilaian yang mudah. Metode ini dilakukan dengan cara menghitung premi yang mau dibayarkan pekanggan untuk suatu merek produk tertentu dibandingkan dengan merek produk lainnya, kemudian dengan menggunakan biaya modal dan tingkat balas jasa atas modal untuk menghitung nilai aset (reputasi merek) yang menciptakan nilai produk (Sugeng, 2002:205,206).

Customer capital muncul dalam bentuk proses belajar, askes, dan kepercayaan. Ketika sebuah perusahaan atau seseorang akan memutuskan membeli dari sebuah perusahaan, maka keputusan didasarkan pada kualitas hubungan mereka, harga, dan spesifikasi teknis. Semakin baik hubungannya, semakin besar peluang rencana pembelian akan terjadi, dan hal ini berarti semakin besar peluang perusahaan belajar dengan dan dari pelanggan serta pemasoknya. Pengetahuan yang dimiliki bersama adalah bentuk tertinggi *customer capital* (Sugeng, 2002:206).

Intellectual capital merupakan sumber daya perusahaan yang memegang peranan penting seperti *physical capital* dan *financial capital*. Untuk itu perusahaan perlu mengembangkan strategi agar sumber daya yang dimilikinya dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan.

2.3.1 Value Added Capital Employed (VACA)

Value Added Capital Employed (VACA) menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap unit dari *capital employed* terhadap *value added* organisasi (Ulum, 2008). *Value Added Capital Employed* merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya berupa *capital asset* yang apabila dikelola dengan baik akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Mainkaiw (dalam Rifqi, 2009) mendefinisikan *physical capital* sebagai material yang yang digunakan sebagai input dalam produksi dari barang dan jasa yang akan datang.

2.3.2 Value Added Human Capital (VAHU)

Value Added Human Capital (VAHU) menunjukkan kontribusi yang dibuat oleh setiap rupiah yang diinvestasikan *human capital* dalam terhadap *value added* organisasi *Human capital* merepresentasikan *individual knowledge stock* suatu organisasi yang direpresentasikan oleh karyawannya (Bontis *et al* dalam Ulum, 2008). *Human capital* merupakan pengetahuan, *skill*, dan pengalaman yang dibawa pegawai ketika meninggalkan perusahaan (Starovic dan Mar dalam Astuti, 2005) yang meliputi pengetahuan individu suatu organisasi yang ada pada pegawainya (Bontis, Crossan dan Hulland dalam Astuti, 2005) yang dihasilkan

melalui kompetensi, sikap, dan kecerdasan intelektual (Roos, Edvinson dan Dragonetti dalam Astuti, 2005).

Human capital (modal manusia) mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki orang-orang dalam perusahaan tersebut. *Human capital* akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya (Sawarjuwono, 2003). Perusahaan tidak dapat menciptakan pengetahuan dengan sendirinya tanpa inisiatif dari individu yang terlibat dalam proses organisasi. Oleh karena itu *human capital* sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena *human capital* merupakan penggabungan sumberdaya-sumberdaya *intangibile* yang melekat dalam diri anggota organisasi. *Human capital* merupakan akumulasi nilai-nilai investasi dalam pelatihan karyawan dan kompetensi sumber daya manusia (Anatan, 2004).

Human capital menjadi sangat penting karena merupakan aset perusahaan dan sumber inovasi serta pembaharuan. Karyawan dengan *human capital* yang tinggi akan lebih memungkinkan untuk memberikan layanan yang berkualitas sehingga dapat mempertahankan maupun menarik pelanggan baru. Jika informasi mengenai kualitas layanan suatu perusahaan tersedia, tingkat pendidikan dan pengalaman dapat bertindak sebagai indikator kemampuan dan kompetensi perusahaan tersebut, sehingga diharapkan dalam era berikutnya perusahaan lebih mepedulikan *human capital* yang dimiliki (Sugeng, 2000).

2.3.3 *Structural Capital Value Added* (STVA)

Structural Capital Value Added (STVA) jumlah *structural capital* yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan *structural capital* dalam penciptaan nilai (Ulum, 2008). *Structural capital* (modal organisasi) merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan untuk menghasilkan kinerja intelektual yang optimal serta kinerja bisnis secara keseluruhan, misalnya: sistem operasional perusahaan, proses manufacturing, budaya organisasi, filosofi manajemen dan semua bentuk *intellectual property* yang dimiliki perusahaan (Sawarjuwono, 2003).

Structural capital meliputi seluruh *non-human storehouses of knowledge* dalam organisasi. Termasuk dalam hal ini adalah *database, organizational charts, process manuals, strategies, routines* dan segala hal yang membuat nilai perusahaan lebih besar daripada nilai materialnya (Ulum, 2008). *Structural capital* dalam suatu perusahaan terdiri atas empat elemen yaitu:

1. *System*, merupakan cara dimana proses organisasi (informasi, komunikasi, dan pembuatan keputusan) dan output (*product, service, dan capital proceed*) dijalankan.
2. *Structure*, merupakan penyusunan tanggung jawab dan penghitungan yang mendefinisikan posisi dan hubungan diantara anggota-anggota organisasi.
3. *Strategy*, merupakan tujuan-tujuan organisasi dan cara untuk mencapainya.

4. *Culture*, merupakan penjumlahan opini-opini individual, pemikiran bersama, nilai-nilai dan norma dalam organisasi.

Perusahaan dengan *structural capital* yang kuat akan memiliki dukungan budaya yang memungkinkan perusahaan untuk mencoba sesuatu, untuk belajar, dan untuk mencoba kembali sesuatu. Konsep *intellectual capital* memungkinkan *intellectual capital* untuk diukur dan dikembangkan dalam suatu perusahaan (Anatan, 2004).

2.4 Kinerja Keuangan Perusahaan (*Financial Performance*)

Kinerja keuangan perusahaan merupakan penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam pengukuran kinerja keuangan perlu dikaitkan antara perusahaan dengan pusat pertanggungjawaban. Ermayanti (2009) dalam Kurnianto (2010) penilaian kinerja keuangan adalah salah satu cara yang dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya kepada para pemilik perusahaan. Menurut (Elanvita, 2008) prestasi perusahaan yang ditunjukkan oleh laporan keuangannya sebagai suatu tampilan keadaan perusahaan selama periode tertentu disebut dengan kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan Pranata (2007) menyatakan bahwa kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang menunjukkan efektifitas dan efisien suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuannya. Tujuan perusahaan akan sulit tercapai bila perusahaan tersebut tidak bekerja secara

efisien, sehingga perusahaan tidak mampu baik langsung maupun tidak langsung bersaing dengan perusahaan sejenis (Endut Wiyoto dalam Elanvita, 2008).

Pengukuran kinerja perusahaan sangat diperlukan dalam relasi dengan kepuasan konsumen proses internal, dan aktivitas yang berhubungan dengan perbaikan dan inovasi dalam organisasi yang membawa pada *future financial return* (Anatan, 2004).

2.4.1 Kinerja Keuangan Bank

Kinerja keuangan adalah penentuan secara periodik tampilan keuangan berdasarkan sasaran, standar dan kinerja yang telah ditetapkan sebelumnya. Mengukur kinerja keuangan digunakan analisis keuangan karena analisis membuat rancana-rencana untuk masa yang akan datang perkembangan yang tidak diinginkan haruslah segera diperbaiki dan diarahkan pada tujuan yang telah ditetapkan semula.

Langkah selanjutnya setelah melakukan perbandingan adalah melakukan interpretasi terhadap hasil yang dipeoleh. Interpretasi merupakan perpaduan antara hasil perbandingan dengan teori yang berlaku. Hasil interpretasi mencerminkan keberhasilan maupun permasalahan yang dicapai oleh perusahaan dalam pengelolaan keuangannya. Pemahaman atas masalah keuangan yang dihadapi oleh perusahaan akan dapat memberikan solusi yang tepat.

2.4.2 Metode Penilaian Kesehatan Bank

2.4.2.1 Asset Liability Management (ALMA)

ALMA adalah suatu proses pengelolaan aktiva dan pasiva secara terpadu berkesinambungan untuk mencapai keuntungan dalam situasi lingkungan usaha yang bergejolak. ALMA berfungsi memberikan rekomendasi pada manajemen bank agar dapat meminimalkan resiko yang dihadapi dan mengoptimalkan keuntungan serta tetap berada dalam koridor sesuai dengan keuntungan yang berlaku. Menurut Gerlad O. Hatler yang dikutip oleh Syafi'i Antonio mengatakan bahwa fokus manajemen aset dan liabilitas adalah mengkoordinasikan portofolio aset/liabilitas bank dalam rangka memaksimalkan profit bagi bank dan hasil yang dibagikan kepada para pemegang saham dalam jangka panjang dengan memperhatikan kebutuhan likuiditas.

2.4.2.2 BASEL II

BASEL adalah rekomendasi hukum dan ketentuan perbankan kedua, sebagai penyempurna Basel I, yang diterbitkan oleh Komite Basel. Rekomendasi ini ditunjukkan untuk menciptakan suatu standar internasional yang dapat digunakan regulator perbankan untuk membuat ketentuan berapa banyak modal yang harus disisihkan bank sebagai perlindungan terhadap risiko keuangan dan operasinya yang mungkin dihadapi bank. Pendukung Basel II percaya bahwa standar internasional seperti ini dapat membantu melindungi sistem keuangan internasional terhadap masalah yang mungkin timbul sewaktu runtuhnya bank-bank utama atau serangkaian bank. Dalam praktiknya, Basel II berupaya

mencapai hal ini dengan menyiapkan persyaratan manajemen risiko dan modal yang ketat yang dirancang untuk meyakinkan bahwa suatu bank memiliki cadangan modal yang cukup untuk resiko yang dihadapinya karena praktik pemberian kredit dan investasi yang dilakukannya. Secara umum, aturan-aturan ini menegaskan bahwa semakin besar pula jumlah modal yang dibutuhkan bank untuk menjaga likuiditas bank tersebut secara stabilitas ekonomi pada umumnya. Dalam Basel II, bank diminta untuk mengalokasikan modal yang lebih kecil untuk *counterparty* yang memiliki peringkat lebih tinggi dan modal yang lebih besar untuk yang lebih beresiko.

2.4.2.3 Capital, Asset quality, Management, Earnings, Liquidity, dan Sensitivity to Market Risk (CAMELS)

Bank Indonesia menilai tingkat kesehatan bank dengan menggunakan pendekatan kualitatif atas berbagai aspek yang berpengaruh terhadap kondisi suatu bank. Kriteria sensitivity to market risk merupakan aspek tambahan dari metode penilaian kesehatan bank yang sebelumnya, yaitu CAMEL. Analisis CAMELS digunakan untuk menganalisis dan mengevaluasi kinerja keuangan bank umum di Indonesia.

Penilaian tingkat kesehatan bank berdasarkan ketentuan Bank Indonesia mencakup penilaian terhadap faktor-faktor CAMELS yang terdiri dari :

1. Permodalan (*Capital*)

Kekurangan modal merupakan gejala umum yang dialami bank-bank di negara-negara berkembang. Kekurangan modal tersebut dapat

berbentuk sumber dari dua hal, pertama adalah karena modal yang jumlahnya kecil, yang kedua adalah kualitas modalnya yang buruk. Dengan demikian, pengawasan bank harus yakin bahwa bank harus mempunyai modal yang cukup, baik jumlah maupun kualitasnya. Selain itu para pemegang saham maupun pengurus harus benar-benar bertanggung jawab atas modal yang sudah ditanamkan.

2. Kualitas Asset (*Asset Quality*)

Dalam kondisi normal, sebagian besar aktiva suatu bank terdiri dari kredit dan aktiva lain yang dapat menghasilkan atau menjadi sumber pendapatan bagi bank, sehingga jenis aktiva tersebut sering disebut sebagai aktiva produktif. Dengan kata lain, aktiva produktif adalah penanaman dan bank, baik dalam rupiah maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, surat berharga, penempatan, penyertaan modal, komitmen dan kontijensi pada transaksi rekening administratif.

3. Manajemen (*Management*)

Manajemen atau pengelolaan suatu bank akan menentukan sehat tidaknya suatu bank. Mengingat hal tersebut, maka pengelolaan suatu manajemen sebuah bank mendapatkan perhatian yang besar dalam penilaian tingkat kesehatan suatu bank diharapkan dapat menciptakan dan memelihara kesehatannya.

4. Rentabilitas

Salah satu parameter untuk mengukur tingkat kesehatan suatu bank adalah kemampuan bank untuk memperoleh keuntungan. Perlu diketahui

bahwa apabila bank selalu mengalami kerugian dalam kegiatan operasinya, maka tentu saja lama kelamaan kerugian tersebut akan memakan modalnya. Bank yang dalam kondisi demikian tentu saja tidak dapat dikatakan sehat.

5. Likuiditas (*Liquidity*)

Penilaian terhadap faktor likuiditas dilakukan dengan menilai dua buah rasio, yaitu rasio kewajiban bersih antar bank terhadap modal inti dan rasio kredit terhadap dana yang diterima oleh bank. Yang dimaksud kewajiban bersih antar bank adalah selisih antara kewajiban bank dengan tagihan kepada bank lain. Sementara itu yang termasuk dana yang diterima adalah kredit Likuiditas Bank Indonesia, Giro, Deposito, dan Tabungan Masyarakat, Pinjaman bukan dari bank yang berjangka waktu lebih dari tiga bulan. *Likuidity* yaitu rasio untuk menilai likuiditas bank.

2.4.3 Tolok Ukur Kinerja Keuangan Bank

Menurut Lukman Dendawujaya (2003 : 116-124) rasio-rasio keuangan yang digunakan sebagai tolok ukur kinerja dari suatu bank adalah sebagai berikut:

1. Analisis Rasio Likuiditas

Analisis rasio likuiditas adalah analisis yang dilakukan terhadap kemampuan bank dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendek atau kewajiban yang sudah jatuh tempo. Beberapa rasio likuiditas dalam menilai kinerja suatu bank antara lain :

a. *Cash Ratio*

Rasio alat likuid terhadap dana pihak ketiga yang dihimpun bank yang harus segera dibayar. Semakin tinggi rasio ini semakin tinggi pula kemampuan likuiditas bank yang bersangkutan.

Rumus :

$$\frac{\text{alat likuid} \times 100\%}{\text{pinjaman yang harus segera dibayar}}$$

b. *Reserve Requirement*

Lebih dikenal juga dengan likuiditas wajib minimum adalah suatu simpanan minimum yang wajib dipelihara dalam bentuk giro di Bank Indonesia bagi semua bank.

Rumus :

$$\frac{\text{jumlah alat likuid} \times 100\%}{\text{jumlah dana (simpanan) pihak ketiga}}$$

c. *Loan to Deposit Ratio (LDR)*

Rasio antara seluruh jumlah kredit yang diberikan bank dengan dana yang diterima bank. LDR menggambarkan seberapa jauh kemampuan bank dalam membayar kembali penarikan dana yang dilakukan deposan dengan mengandalkan kredit yang diberikan sebagai sumber likuiditasnya. Semakin tinggi rasio LDR memberikan indikasi semakin rendahnya kemampuan likuiditas bank yang bersangkutan. Hal ini

disebabkan karena jumlah dana yang diperlukan untuk membiayai kredit menjadi semakin besar.

Rumus :

$$\frac{\text{jumlah kredit yang diberikan} \times 100\%}{\text{jumlah asset}}$$

d. *Loan to Asset Ratio*

Rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat likuiditas bank yang menunjukkan kemampuan bank untuk memenuhi permintaan kredit dengan menggunakan total asset yang dimiliki bank. Semakin tinggi rasio ini, tingkat likuiditasnya semakin kecil karena jumlah asset yang diperlukan untuk membiayai kreditnya menjadi semakin besar.

Rumus :

$$\frac{\text{jumlah kredit yang diberikan} \times 100\%}{\text{jumlah asset}}$$

e. Rasio Kewajiban Bersih *Call Money*

Presentase dari rasio ini menunjukkan besarnya kewajiban bersih *call money* terhadap aktiva lancar. Semakin kecil nilai rasio ini maka semakin besar likuiditas bank tersebut karena bank dapat segera menutupi kewajiban dalam kegiatan pasar uang antara bank dengan alat likuid yang dimilikinya.

Rumus :

$$\frac{\text{kewajiban bersih call money} \times 100\%}{\text{aktiva lancar}}$$

f. *Earning Assets to Total Assets Ratio (EATAR)*

EATAR yaitu rasio asset produktif terhadap total asset. Asset produktif terdiri dari efek-efek, penempatan pada bank lain, pinjaman dan penyertaan. Menurut Etty M. Nasser dan Titik Aryati (1999) earning asset suatu bank akan menjadi sumber pendapatan ayau laba yang akan menjadi salah satu sumber dana bagi bank yang bersangkutan. Dengan rendahnya kualitas asset suatu bank akan menimbulkan kerugian yang justru akan mengurangi volume dana yang dimilikinya.

Rumus :

$$\frac{\text{atiba produk} \times 100\%}{\text{total atiba}}$$

2. Analisis Rasio Rentabilitas

Alat untuk menganalisis atau mengukur tingkat efisiensi usaha dan profitabilitas yang dicapai oleh bank yang bersangkutan. Selain itu, rasio-rasio dalam kategori ini dapat pula digunakan untuk mengukur tingkat kesehatan bank.

a. *Return On Assets (ROA)*

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan.

Rumus :

$$\frac{\text{laba sebelum pajak} \times 100\%}{\text{total aktiva}}$$

b. *Return On Equity (ROE)*

Perbandingan antara laba bersih bank dengan modal sendiri. Rasio ini merupakan indikator bagi para pemegang saham dan calon investor untuk mengukur kemampuan bank dalam memperoleh laba yang dikaitkan dengan pembayaran dividen.

Rumus :

$$\frac{\text{laba bersih} \times 100\%}{\text{modal sendiri}}$$

c. *Return on Investment (ROI)*

Rasio perbandingan antara pendapatan bersih (*aerning before interest & tax*) dengan total aktiva (total asset). *Return on Total Asset (ROA)*, dan *Retun on Investment (ROI)* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan, namun disini perbedaan antara ROI dan ROA adalah dimana ROA dipergunakan untuk menghitung kemampuan dari rata-rata asset perusahaan dalam mencapai keuntungan, sementara ROI dipergunakan untuk menghitung kemampuan seluruh asset perusahaan dalam pencapaian keuntungan serta untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam tingkat kemampuan investasi.

d. *Rasio Biaya Operasional (BOPO)*

Perbandingan antara biaya operasional dan pendapatan operasional. Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat

efisiensi dan kemampuan bank dalam melakukan kegiatan operasinya.

Rumus :

$$\frac{\text{beban operasional} \times 100\%}{\text{pendapatan operasional}}$$

e. *Net Profit Margin Ratio*

Rasio yang menggambarkan tingkat keuntungan yang diperoleh bank dibandingkan dengan pendapatan yang diterima dari kegiatan operasionalnya.

Rumus :

$$\frac{\text{laba bersih} \times 100\%}{\text{pendapatan operasional}}$$

3. Analisis Rasio Solvabilitas

Analisis yang digunakan untuk mengukur kemampuan bank dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya atau kemampuan bank untuk memenuhi kewajiban-kewajiban jika terjadi likuidasi bank. Rasio-rasio yang digunakan antara lain :

a. *Capital Adequacy Ratio (CAR)*

Rasio kinerja bank untuk mengukur kecukupan modal yang dimiliki bank untuk menunjang aktiva yang mengandung resiko, misalnya kredit yang diberikan

Rumus :

$$\frac{\text{modal bank} \times 100\%}{\text{aktiva tertimbang menurut resiko}}$$

b. *Debt to Equity Ratio*

Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan bank dalam menutup sebagian atau seluruh utang-utangnya dengan dana yang berasal dari modal bank sendiri.

Rumus :

$$\frac{\text{jumlah utang} \times 100\%}{\text{jumlah modal sendiri}}$$

c. *Long Term Debt to Assets Ratio*

Untuk mengukur seberapa jauh nilai seluruh aktiva bank dibiayai atau dananya diperoleh dari sumber-sumber utang jangka panjang.

Rumus :

$$\frac{\text{utang jangka panjang} \times 100\%}{\text{total aktiva}}$$

d. *Non Performing Loan (NPL)*

Kredit bermasalah merupakan salah satu indikator kunci untuk menilai kinerja fungsi bank. Salah satu fungsi bank adalah sebagai lembaga intermediary atau penghubung antara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana.

Rumus :

$$\text{rasio NPL} = \frac{\text{total NPL}}{\text{total kredit}} \times 100\%$$

2.4.4 Return on asset (ROA)

Profitabilitas adalah *Return On Asset* (ROA) yang didapatkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur, selama periode penelitian. ROA menunjukkan perbandingan *net income* dan *total asset* perusahaan (Husnan, 1995). Menurut Hanafi (2007:159) ROA mengukur kemampuan menghasilkan laba dengan menggunakan total asset. Rasio ini dapat diperoleh dengan membagi laba bersih setelah pajak dengan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan

Rumus :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan. Rasio profitabilitas mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan (*profit*), maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar.

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di dalam laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Dalam penelitian ini yang dipakai hanya yang terkait dengan investasi yaitu ROA. ROA merupakan rasio antara saldo laba bersih setelah pajak dengan jumlah asset perusahaan secara keseluruhan. ROA merupakan salah satu rasio untuk mengukur profitabilitas perusahaan, yaitu merupakan perbandingan antara laba bersih dengan rata-rata total aktiva. Dimana rata-rata total aktiva dapat diperoleh dari total aktiva awal tahun ditambah total aktiva akhir tahun dibagi dua. Menurut Syahyunan (2004:85), “*Return on Assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan”.

Return on asset (ROA) merefleksikan keuntungan bisnis dan efisiensi perusahaan dalam pemanfaatan total asset (Chen et al, 2005). Rasio ini mewakili rasio profitabilitas, yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA, semakin efisien perusahaan dalam menggunakan assetnya, baik aset fisik maupun aset non-fisik (*intellectual capital*) akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

2.5 Pengaruh Variabel Independent Terhadap Variabel Dependent

2.5.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Asset*

Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang baik memiliki tingkat pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR. Pengungkapan yang semakin luas akan memberikan sinyal positif kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder*) maupun para pemegang saham perusahaan (*shareholder*). Semakin

luas informasi yang disampaikan kepada *stakeholder* dan *shareholder* maka akan semakin memperbanyak informasi yang diterima mengenai perusahaan. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan *stakeholder* dan *shareholder* kepada perusahaan. Kepercayaan ini akan ditunjukkan *stakeholder* dan *shareholder* dengan diterimanya produk-produk perusahaan sehingga akan meningkatkan laba perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Nurlala dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

2.5.2 Pengaruh *Sustainability Report* terhadap *Return On Asset*

Rasio Profitabilitas merupakan salah satu indikator penting untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja manajemen dan mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Dalam studi literatur yang dilakukan oleh Finch (2005), dalam Dahila dan Siregar (2008), dikatakan bahwa tujuan perusahaan menggunakan *sustainability reporting framework* adalah sebagai cara yang digunakan perusahaan untuk mengelola hubungan dengan *stakeholdernya*. Dengan pengungkapan *Sustainability Report* yang dilakukan perusahaan diharapkan dapat memberikan bukti nyata bahwa proses produksi yang dilakukan perusahaan tidak hanya berorientasi keuntungan, tetapi juga memperhatikan isu sosial dan lingkungan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder* yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan melalui peningkatan investasi yang berdampak pada peningkatan laba perusahaan.

2.5.3 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap *Return On Asset*

Pengukuran kinerja perusahaan yang diproksikan dengan ROA menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki. Penggunaan sumber daya perusahaan secara efisien dapat memperkecil biaya sehingga akan meningkatkan laba perusahaan. Hal ini sesuai dengan pandangan *stakeholder theory* dan *knowledge-based theory* yaitu apabila perusahaan dapat mengembangkan dan

memanfaatkan pengetahuan yang dimiliki sebagai sarana untuk meningkatkan laba, hal ini akan menguntungkan para *stakeholder*.

Penelitian yang dilakukan oleh Chen *et al.* (2005) dan Ulum (2008) menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu, apabila perusahaan dapat mengelola dan mengembangkan *intellectual capital* yang dimiliki dengan baik, maka akan terjadi peningkatan terhadap ROA yang mengindikasikan kinerja keuangan yang semakin baik, sehingga menghasilkan keuntungan kompetitif bagi perusahaan.

