

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Akuntansi Lingkungan

Di Eropa, konsep akuntansi lingkungan mulai berkembang sejak tahun 1970 (Ikhsan, 2008). Konsep ini berkembang pesat karena tekanan dari lembaga bukan pemerintah dan desakan dari masyarakat peduli lingkungan agar di samping bisnis, perusahaan juga menerapkan pengelolaan lingkungan.

Pada pertengahan tahun 1990-an komite standar akuntansi internasional, mengembangkan konsep prinsip pengembangan akuntansi lingkungan dan audit hak asasi manusia. *The American Institute of Certified Public Auditors* (AICPA) sebagai auditor profesional mengeluarkan prinsip-prinsip universal tentang audit lingkungan. Pada tahun 1999 Badan Lingkungan Hidup Jepang (*The Environmental Agency*) yang kemudian berubah menjadi Kementerian Lingkungan Hidup mengeluarkan panduan akuntansi lingkungan pada bulan Mei 2000, yang disempurnakan pada tahun 2002 dan 2005. Semua perusahaan di Jepang diwajibkan menerapkan akuntansi lingkungan (Djogo, 2006).

Pentingnya akuntansi lingkungan, menuntut kesadaran perusahaan untuk mengambil manfaat dari lingkungan dalam pengembangan bisnis. Oleh karena itu, dalam meningkatkan usaha hendaknya disertai dengan pengelolaan lingkungan. Laporan keuangan dan pertanggungjawaban perusahaan yang berkaitan dengan anggaran lingkungan, diinformasikan kepada publik.

2.1.1 Pentingnya Akuntansi Lingkungan

Dimasukkannya biaya lingkungan ke dalam praktik akuntansi perusahaan atau lembaga pemerintah dikenal dengan akuntansi lingkungan. Fokus utama akuntansi lingkungan, didasarkan pada alat komunikasi manajerial untuk pengambilan keputusan bisnis internal dengan menyertakan biaya pengelolaan lingkungan perusahaan. Jadi, akuntansi lingkungan difungsikan sebagai pencegahan, pengurangan, dan atau penghindaran dampak terhadap lingkungan, dimulai dari perbaikan kejadian yang menimbulkan bencana (Ikhsan, 2008).

Menurut Badan Perlindungan Lingkungan Amerika Serikat atau *United States Environment Protection Agency (US EPA)* fungsi akuntansi lingkungan adalah:

“Suatu fungsi penting tentang akuntansi lingkungan adalah untuk menggambarkan biaya-biaya lingkungan supaya diperhatikan oleh para *stakeholders* perusahaan yang mampu mendorong dalam pengidentifikasian cara-cara mengurangi atau menghindari biaya-biaya ketika pada waktu yang bersamaan sedang memperbaiki kualitas lingkungan”.

Sistem akuntansi lingkungan terdiri atas lingkungan akuntansi konvensional dan akuntansi ekologis. Akuntansi lingkungan konvensional digunakan untuk mengukur dampak yang ditimbulkan perusahaan terhadap lingkungan alam pada suatu perusahaan dalam bentuk keuangan. Dalam bentuk unit fisik, untuk mengukur dampak suatu perusahaan terhadap lingkungan, digunakan akuntansi ekologis.

Akuntansi lingkungan terus berkembang, dalam mengidentifikasi pengukuran dan mengkomunikasikan biaya aktual perusahaan yang menimbulkan dampak potensial lingkungan. Biaya tersebut meliputi biaya pembersihan atau perbaikan tempat yang terkontaminasi oleh limbah, pelestarian lingkungan, sanksi dan pajak, pencegahan polusi teknologi dan manajemen pemborosan.

2.1.2 *Environmental Disclosure*

Matthews (1997) mendefinisikan bahwa pengungkapan lingkungan merupakan pengungkapan kualitatif maupun kuantitatif secara sukarela, baik berupa informasi keuangan maupun non keuangan oleh organisasi untuk menginformasikan aktivitasnya. *Environmental disclosure* telah memenuhi syarat dan proporsional jika informasi yang disajikan sesuai dengan ketentuan yang diwajibkan oleh Bapepam.

Pengungkapan dalam arti luas berarti penyampaian informasi (Hendriksen, 2000). Pengungkapan dalam arti sempit menyangkut pembahasan dan analisis manajemen, catatan kaki dan laporan pelengkap. Para akuntan menggunakan kata ini dalam pengertian lebih sempit, yaitu penyampaian informasi lingkungan tentang suatu perusahaan di dalam laporan keuangan tahunan. Informasi disampaikan melalui laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, laporan arus kas yang meliputi pengakuan dan pengukuran.

2.1.3 Tanggung jawab Lingkungan Perusahaan

Aktivitas perusahaan selalu mempengaruhi lingkungannya. Pada setiap aktivitasnya, perusahaan dituntut bertanggungjawab terhadap pengelolaan lingkungan. Beberapa tanggung jawab lingkungan yang dapat dilakukan oleh perusahaan antara lain:

1. Tanggung Jawab Lingkungan

Tanggung jawab lingkungan sebenarnya merupakan tanggung jawab setiap subjek hukum, termasuk perusahaan. Jika terjadi kerusakan lingkungan akibat aktivitas usahanya, misalnya pencemaran dan kerusakan ekologi, maka perusahaan telah masuk ranah hukum (UU Lingkungan Hidup). Dalam menempatkan kewajiban proteksi dan rehabilitasi lingkungan yang merupakan tanggung jawab sosial, perusahaan cenderung mereduksi makna keselamatan lingkungan sebagai kewajiban legal, menjadi tanggung jawab sosial bahkan terjadi penggantian tanggung jawab perusahaan secara sosial (UU PT).

2. Hubungan antara Kualitas dan Tanggung Jawab Lingkungan

Menurut Roth dan Keller (1997) proses berkualitas tinggi suatu perusahaan yang sesuai dengan tanggung jawab lingkungan, meliputi:

- a. Keluaran memuaskan konsumen
- b. Keluaran sesuai dengan peraturan yang berlaku
- c. Terdapat variabel yang rendah dalam proses aktivitas
- d. Sedikit atau tidak terdapat pemborosan
- e. Proses pengoperasian yang efisien

Ketika keluaran sesuai dengan kebutuhan pelanggan, maka perbaikan dan pengembalian produk lebih sedikit. Ketika proses menggunakan efisiensi energi dan sedikit pemborosan, berarti lebih sesuai dengan lingkungan alam. Saat ini, prestasi sebuah perusahaan biasanya diukur dari keuntungannya, belum sampai pada aspek kualitas, yakni telah sesuai dengan tanggung jawab terhadap lingkungan. Oleh karena itu, beberapa perusahaan akan termotivasi untuk melakukan proyek lingkungan dan produk pabrik yang ramah lingkungan, jika proyek dan produk tersebut berpengaruh kuat pada perolehan keuntungan. Padahal aktivitas seperti memperkecil pembuangan, meningkatkan kualitas, menghemat energi dan mengikuti hukum dan aturan pengendalian polusi, sangat diperlukan.

3. Pengaturan Limbah

Peraturan perundangan di Indonesia mengatur tentang pengelolaan Limbah B-3, untuk melakukan pencegahan dan penanganan, jika limbah tersebut mengancam kehidupan masyarakat. Pengertian Limbah B-3 di dalam peraturan perundangan di Indonesia, dapat dilihat pada UU Lingkungan Hidup Nomor 23 tahun 1997 pasal 1 angka 18:

“Limbah bahan berbahaya dan beracun adalah sisa suatu usaha dan/atau kegiatan yang mengandung bahan berbahaya dan/atau beracun yang karena sifat dan/atau konsentrasinya dan/atau jumlahnya, baik secara langsung maupun tidak langsung dapat mencemarkan dan/atau merusakkan lingkungan hidup, dan/atau dapat membahayakan lingkungan hidup, kesehatan, kelangsungan hidup manusia serta makhluk hidup lain.”

Pada tahun 1997 pemerintah mengeluarkan UU No.23 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, yang di dalamnya terdapat pengaturan pengelolaan limbah. Namun pengaturan secara teknisnya dimasukkan ke dalam suatu aturan berupa peraturan pemerintah. Pengaturan secara khusus, hati – hati dan terperinci ini diadakan karena sifat berbahayanya bahan pencemar lingkungan.

2.2 Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Para pakar akuntansi menggunakan istilah akuntansi sosial untuk menggambarkan transaksi antara perusahaan dengan lingkungannya. Sitepu (2008) membuat suatu terminologi *Socio Economic Accounting* (SEA) yang berarti proses pengukuran, pengaturan dan pengungkapan dampak pertukaran antara perusahaan dengan lingkungannya. Suharto (2006) mempergunakan istilah akuntansi untuk proses pemilihan variabel yang menentukan tingkat prestasi sosial perusahaan baik secara internal maupun eksternal.

Akuntansi finansial sering dikritik karena dilandaskan pada pendapat bahwa praktiknya masih mengabaikan banyak eksternalitas yang disebabkan oleh entitas pelapor, karena menimbulkan efek implikasi sosial dan lingkungan dari operasi entitas pelapor (Jamali, 2006). Keterbatasan yang ada pada laporan konvensional ini memunculkan konsep akuntansi sosial, seperti yang tertuang dalam Deegan (2004) bahwa akuntansi sosial adalah proses untuk melakukan penilaian terhadap kinerja perusahaan yang mempengaruhi keadaan sosial dan lingkungan perusahaan.

Pada dasarnya para pakar akuntansi menggunakan istilah akuntansi sosial berorientasi pada tujuan yang sama. Tujuan akuntansi sosial menurut Hendriksen (1994) adalah untuk memberikan informasi yang memungkinkan pengaruh kegiatan perusahaan terhadap masyarakat dapat dievaluasi. Wibisono (2008) menguraikan tiga tujuan akuntansi sosial, yaitu mengidentifikasi dan mengukur kontribusi sosial *netto* periodik suatu perusahaan, menentukan pengaruh praktik perusahaan terhadap lingkungan sosial, dan memberikan informasi kepada kelompok sosial mengenai tujuan, kebijakan, program, strategi dan kontribusi perusahaan terhadap lingkungan sosial.

2.2.1 Tujuan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Menurut *National Association of Accountant* (NAA), akuntansi pertanggungjawaban sosial mempunyai dua tujuan, yaitu tujuan internal untuk mengevaluasi dampak kebijakan perusahaan terhadap lingkungan sosial, dan tujuan eksternal untuk mendapatkan respon dari masyarakat. Menurut Ariyani (2007), tujuan akuntansi pertanggungjawaban sosial adalah mengukur kontribusi lingkungan alam dan sosial terhadap perusahaan dan memberikan informasi yang relevan kepada masyarakat tentang aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan untuk dievaluasi.

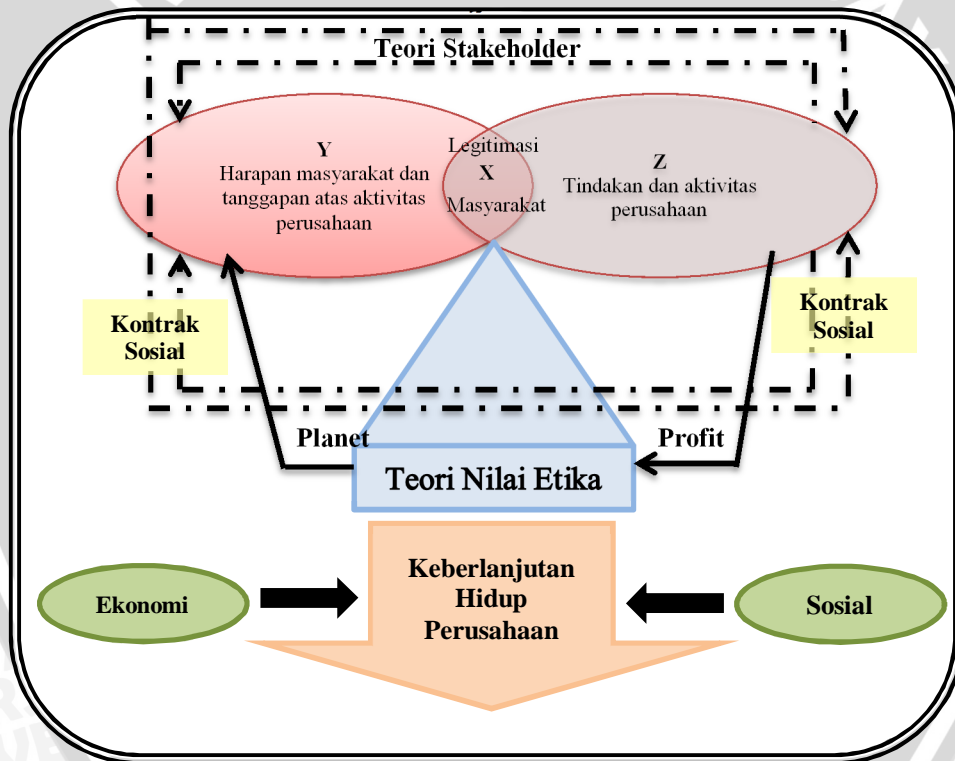
2.2.2 Teori yang Mendasari Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Teori yang digunakan sebagai dasar penelitian di bidang tanggung jawab sosial perusahaan adalah teori *stakeholder* dan teori legitimasi.

Teori *stakeholder* berkaitan erat dengan teori legitimasi, karena keduanya

menjelaskan tentang alasan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial di dalam laporan tahunannya (Deegan, 2004). Kegiatan perusahaan harus sesuai dengan norma dan nilai yang ada di lingkungannya, sebagai wujud pemenuhan kontrak sosial dengan masyarakat (*stakeholder*), agar perusahaan memperoleh legitimasi demi eksistensinya. Agar lebih jelas hubungan teori *stakeholder* dengan teori legitimasi digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis CSR



Sumber: Deegan (2004)

2.2.2.1 Teori Legitimasi

Beberapa studi tentang PSL (Pengungkapan Sosial dan Lingkungan) telah menggunakan teori legitimasi sebagai basis menjelaskan praktik PSL (Hogner, 1982; Tinker dan Neimar, 1987; Guthrie dan Parker, 1989; Patten,

1992; Wilmshurts dan Frost, 2000). Bahkan sejak tahun 1975, Dowling dan Pfeffer menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi:

“Karena legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan”.

Gary, Kouhy dan Lavers (1994) berpendapat bahwa teori legitimasi dan teori *stakeholder* merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk mendapatkan legitimasi aktivitas dari masyarakat, sebagai pihak yang berperan dalam menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonominya. Tidak seperti teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan dan manajemennya bertindak dan membuat laporan sesuai dengan keinginan dan *power* dari kelompok *stakeholder* yang berbeda (Ullman, 1982) teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Dowling dan Pfeffer (1975) memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi dan mengatakan sebagai berikut:

“Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual atau potensial terjadi diantara kedua sistem nilai tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan”.

Landasan teori legitimasi adalah “Kontrak Sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Shocker dan Sethi (1974) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak sosial sebagai berikut:

“Semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial baik eksplisit maupun implisit dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan pada:

1. Hasil akhir (output) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas.
2. Distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan *power* yang dimiliki”.

Pada dinamisasi masyarakat, tidak ada sumber kekuatan institusional dan kebutuhan terhadap pelayanan yang permanen. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus lulus uji legitimasi dan relevansi dengan cara menunjukkan bahwa masyarakat dan kelompok tertentu benar-benar memperoleh manfaat dari penghargaan yang diterima perusahaan.

Teori legitimasi menegaskan agar perusahaan terus berupaya beroperasi sesuai dengan norma masyarakat, untuk memastikan bahwa aktivitasnya diterima oleh pihak luar secara “Sah” (Deegan, 2004). Menurut teori legitimasi, perusahaan bukan hanya memperhatikan hak investor, namun juga harus memperhatikan hak publik (Deegan dan Rankin, 1997). Dalam usaha memperoleh legitimasi, perusahaan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pengungkapan laporan tahunan dan berisi pelaporan sosial dan lingkungan yang dipublikasikan.

2.2.2.2 Teori Stakeholder

Sejak awal 1970-an konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal dengan teori *stakeholder* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk kontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai secara eksplisit dan merupakan bagian dari kegiatan usaha (Freeman, 2002).

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder* (Ghozali dan Chariri, 2007), karena kelangsungan hidup dan kesejahteraan perusahaan tergantung pada dukungan yang diberikan oleh para *stakeholdernya*, yang terdiri atas *shareholder* (investor dan kreditur), pelanggan, pemasok, pegawai, pemerintah, badan regulator, masyarakat (Untung, 2008) Alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder*, yaitu:

- a. Isu lingkungan melibatkan berbagai kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup
- b. Dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan

- c. Para investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan,
- d. LSM dan pencinta lingkungan semakin vokal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

Teori *stakeholder* memiliki bidang etika (moral) dan manajerial. Bidang etika berargumen bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk diperlakukan secara adil oleh organisasi, dan manajer harus mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh *stakeholder* (Deegan, 2004). Tujuan teori *stakeholder* adalah menolong manajer perusahaan dalam meningkatkan nilai dari aktifitas mereka, dan meminimalkan kerugian bagi *stakeholder*.

2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.3.1 Konsep dan Definisi CSR

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, perusahaan menimbulkan masalah dalam lingkungan dan masyarakat sekitarnya termasuk, masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, hak dan status tenaga kerja (Grey *et al.*, 1987). Hal tersebut menimbulkan ketidakselarasan antara perusahaan dan masyarakat sehingga timbul tuntutan terhadap perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial.

Definisi CSR menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* adalah sebagai komitmen bisnis untuk

berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja bersama dengan para pekerja, keluarga mereka dan komunitas lokal. Tanggung jawab perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level, yaitu *Basic Responsibility*, *Organizational Responsibility*, dan *Societal Responses*, yaitu tanggung jawab memenuhi kewajiban dasar perusahaan, tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan “*stakeholder*”, dan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya (Dauman dan Hargreaves, 1992).

2.3.2 Prinsip Pengungkapan CSR

Pengungkapan atau *disclosure* berarti pemberian informasi tentang aktivitas perusahaan yang bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan (Chariri dan Ghozali, 2007). Tiga kriteria pengungkapan yang digunakan adalah cukup (*adequate*), wajar (*fair*), dan lengkap (*full*). Pengungkapan cukup adalah cakupan pengungkapan minimal yang harus dilakukan agar informasi tidak menyesatkan. Pengungkapan wajar adalah tujuan etis dalam memberikan perlakuan yang sama dan bersifat umum terhadap semua pemakai informasi. Pengungkapan lengkap adalah penyajian semua informasi yang relevan.

Pengungkapan laporan keuangan perusahaan ditujukan kepada pemegang saham, investor dan kreditor. Dinyatakan FASB (*Financial Accounting Standard Board*) (1980) dalam SFAC (*Statement of Financial Accounting Concept*) No. 1, yaitu:

“Pelaporan keuangan harus memberikan informasi yang berguna bagi investor potensial dan kreditor dan pengguna lainnya dalam rangka

pengambilan keputusan investasi rasional, kredit dan keputusan sejenis lainnya”.

Laporan keuangan juga disampaikan kepada pegawai, konsumen, pemerintah, dan masyarakat umum. Sasaran utama pengungkapan adalah investor sebagai sarana pengambilan keputusan investasi.

Perusahaan cenderung mengungkapkan semua informasi yang diperlukan dalam rangka berjalannya fungsi pasar modal, sebagai sumber dananya. Jika informasi tidak diungkapkan, berarti tidak relevan bagi investor atau informasi ini telah tersedia di tempat lain (Chariri dan Ghozali, 2007).

2.3.3 Luas Pengungkapan CSR

Kewajiban pengungkapan CSR telah diatur dalam beberapa regulasi yaitu Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2004) paragraf sembilan cara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial, yaitu sebagai berikut:

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.

Item yang diberikan skor dalam pengungkapan CSR mengacu pada indikator kinerja yang disebutkan dalam GRI *guidelines*, antara lain:

- 1) Indikator kinerja finansial
- 2) Indikator kinerja lingkungan

- 3) Indikator kinerja praktik ketenagakerjaan dan lingkungan kerja
- 4) Indikator kinerja hak asasi manusia
- 5) Indikator kinerja masyarakat
- 6) Indikator kinerja tanggung jawab produk

2.3.4 Manfaat Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Menurut Nugroho (2007) manfaat yang akan diterima oleh perusahaan, masyarakat, lingkungan ataupun negara dari pelaksanaan CSR suatu perusahaan adalah untuk mencapai kesinambungan loyalitas pekerja, masyarakat, dan pemerintah demi kelangsungan usaha perusahaan. Suharto (2005) berargumen pelaksanaan CSR perusahaan erat kaitannya dengan teori *stakeholders*, yaitu perusahaan mempunyai tujuan utama untuk memenuhi ekspektasi *stakeholders* antara lain dengan melaksanakan dan melaporkan CSR.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keuntungan yang akan didapatkan perusahaan dalam hal pelaksanaan CSR adalah:

1. Mencapai serta mempertahankan reputasi dan *brand image* perusahaan.
2. Layak mendapatkan *social licence to operate*, program CSR diharapkan dapat menjadi bagian dari asuransi sosial yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.

3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan dengan memenuhi ekspektasi *stakeholders*.
4. Melebarkan akses sumber daya.
5. Membentangkan akses menuju pasar.
6. Bentuk kepatuhan terhadap regulasi pemerintah.

2.3.6 Undang – Undang CSR

Terbitnya Undang – Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan tanggal 20 Juli 2007, memperjelas tata aturan yang harus dilakukan perusahaan dalam menjalankan usaha yang berkaitan dengan sumber daya. Disebutkan bahwa Perseroan Terbatas yang menjalankan usaha di bidang yang bersangkutan dengan sumber daya wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (pasal 74 ayat 1). Peraturan lain yang berhubungan dengan CSR adalah undang – undang no.5 tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pasal 15 (b), yang menyatakan bahwa “ Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Undang – undang ini telah mengatur sanksi – sanksi secara terperinci terhadap badan usaha atau usaha yang mengabaikan CSR.

Kedua undang – undang tersebut diharapkan dapat memberikan iklim berinvestasi yang baik bagi kalangan investor dan memberikan kenyamanan dan ketertarikan bagi investor karena terdapat sebuah kepastian hukum dan jaminan bahwa modal yang ditanamkan aman. Adanya kepastian dan jaminan kenyamanan serta keamanan terhadap

investor dapat meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global. CSR merupakan suatu bagian dari penyelenggaraan perekonomian nasional dan upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional, sehingga diharapkan dapat meningkatkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, serta mewujudkan kesejahteraan masyarakat dalam suatu sistem perekonomian yang berdaya saing.

2.4 Kinerja Lingkungan

Environmental performance adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik. *Environmental performance* menurut Ali (2004) adalah mekanisme bagi perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. *Environmental performance* merupakan sumber informasi penting agar perusahaan dapat mencapai tingkatan produksi yang efisien, perbaikan produktivitas sesuai dengan standar keamanan, penekanan biaya yang disebabkan karena kerusakan lingkungan, dan kesempatan memperoleh pasar baru (Porter dan Van der Linde, 1995). Perusahaan seharusnya selalu bertanggungjawab terhadap lingkungan sosial walaupun tanpa tuntutan dari masyarakat.

Kriteria pengukuran terhadap kinerja lingkungan di Indonesia berpedoman pada ketentuan kementerian lingkungan hidup, yang telah menerapkan PROPER sebagai alat untuk memberikan peringkat kinerja lingkungan perusahaan yang ada di Indonesia (Tamba, 2011). Laporan atas

kinerja sosial perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, laba, dan harga saham.

2.5 Kinerja Finansial Perusahaan

Kinerja finansial adalah kinerja perusahaan secara relatif (berubah – ubah dari tahun ke tahun) dalam suatu industri sejenis (industri yang bergerak dalam bidang usaha yang sama) yang ditandai dengan *return* tahunan perusahaan tersebut (Almilia, 2007). Kinerja finansial perusahaan dapat diukur dari laporan keuangan tahunan.

Kinerja sebuah perusahaan lebih banyak diukur berdasarkan rasio-rasio keuangan selama periode tertentu. Ada dua kelompok yang menganggap rasio keuangan berguna. Pertama, terdiri dari manajer yang menggunakannya untuk mengukur dan melacak kinerja perusahaan selama periode tertentu. Kedua, laporan keuangan mencakup para analisis yang merupakan pihak eksternal bagi perusahaan (Sudaryanto, 2011).

Berikut ini rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan.

a. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan mengukur kinerja perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek tepat pada waktunya.

b. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas adalah rasio yang menunjukkan bagaimana sumber daya alam telah dimanfaatkan secara optimal, kemudian dengan

membandingkan rasio aktivitas dengan standar industri, maka dapat diketahui tingkat efisiensi perusahaan dalam industri.

c. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas dapat mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh laba baik dalam hal hubungan dengan penjualan, aset maupun laba bagi modal sendiri. Rasio profitabilitas dibagi menjadi enam antara lain: *gross profit margin*, *net profit margin*, *operating return on assets*, *return on asset*, *return on equity*, dan *operating ratio (OR)*.

d. Rasio Solvabilitas

Financial leverage menunjukkan proporsi atau penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Perusahaan yang tidak mempunyai leverage berarti menggunakan modal sendiri 100%.

e. Rasio Pasar (*Market Ratio*)

Rasio ini menunjukkan informasi penting perusahaan yang diungkapkan, pengukurannya berdasarkan harga saham saat ini terhadap beberapa nilai akuntansi tertentu.

2.6 Profitabilitas

Menurut Riyanto (2001), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Weston dan Copeland (1999) mengemukakan bahwa profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan. Setiap perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan profitabilitasnya. Jika profitabilitas perusahaan

meningkat, maka perusahaan tersebut mampu mengelola sumber daya yang dimilikinya secara efektif dan efisien. Menurut Djarwanto (2001), rasio profitabilitas adalah rasio yang bertujuan untuk mengukur efektivitas manajemen yang tercermin pada imbalan hasil dari investasi melalui kegiatan penjualan. Beberapa jenis rasio profitabilitas menurut Gitman (2012: 79-82) sebagai berikut:

1. *Gross Profit Margin*, mengukur berapa besar presentase pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan.
2. *Operating Profit Margin*, mengukur berapa besar presentase profit dari penjualan sebelum bunga pajak.
3. *Net Profit Margin*, mengukur berapa besar presentase profit dari penjualan setelah bunga dan pajak.
4. *Earning Per Share*, mengukur tingkat profitabilitas dari tiap satuan lembar saham.
5. *Return On Assets*, mengukur tingkat pengembalian modal sendiri atau investasi para pemegang saham biasa.
6. *Return On Common Equity*, mengukur efektivitas keseluruhan kinerja manajemen dalam mengelola aset perusahaan.

Menurut Kasmir (2008:199), secara umum ada empat jenis analisis utama yang digunakan untuk menilai tingkat profitabilitas yaitu:

1. *Profit Margin (Net Profit Margin, Gross Profit Margin)*
2. *Gross Profit Margin (GPM)*
3. *Return On Assets (ROA)*

4. *Earnings Per Share* (EPS)

Dalam penelitian ini, profitabilitas diproksikan dengan *Earning per share* dan *net profit margin*. Kedua indikator ini dipilih karena erat kaitannya dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atas aktivitas operasionalnya.

2.6.1 *Earning Per Share* (EPS)

EPS menggambarkan jumlah laba yang diperoleh setiap lembar saham periode tertentu. Rasio *Earning Per Share* digunakan untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi para pemilik perusahaan. EPS menggambarkan profitabilitas perusahaan yang tergambar dalam setiap lembar saham (Darmadji dan Fakhrudin, 2008).

Earning per share yang tinggi merupakan daya tarik bagi investor. EPS menunjukkan kemampuan perusahaan dalam meraih keuntungan dalam menjalankan operasi perusahaan. Semakin tinggi nilai EPS tentu saja menyebabkan semakin besar laba dan kemungkinan peningkatan jumlah deviden yang diterima pemegang saham. Umumnya perhitungan EPS menggunakan basis laporan keuangan akhir tahun, Namun dapat pula menggunakan laporan keuangan tengah tahunan. Dalam praktiknya, laba per lembar saham dihitung dengan membagi laba bersih dengan jumlah rata-rata tertimbang dari jumlah lembar saham biasa yang beredar sepanjang tahun. Jumlah rata-rata diperlukan dalam perhitungan karena

jumlah saham yang beredar selama satu tahun tidak selalu tetap, atau dengan kata lain, jumlah saham yang beredar dapat berubah.

2.6.2 *Net Profit Margin* (NPM)

Net profit margin (NPM) mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari penjualan. NPM diperoleh dengan membagi laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Semakin besar NPM, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Rasio ini menunjukkan beberapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi. Hasil dari perhitungan mencerminkan keuntungan netto per rupiah penjualan. Para investor pasar modal perlu mengetahui kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Dengan mengetahui hal tersebut investor dapat menilai apakah perusahaan itu profitabel atau tidak. Angka NPM dapat dikatakan baik apabila $>5\%$.

2.7 PROPER (Program Penilaian Peringkatan Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup)

2.7.1 Latar Belakang PROPER

PROPER merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi. Adapun dasar hukum pelaksanaan PROPER dituangkan dalam Keputusan

Menteri Negara Lingkungan Hidup [No : 127 Tahun 2002](#) tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Prinsip dasar dari pelaksanaan PROPER adalah mendorong penaatan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan melalui instrumen insentif reputasi atau citra bagi perusahaan yang mempunyai kinerja pengelolaan lingkungan yang baik dan atau buruk. Sistem peringkat kinerja PROPER mencakup pemeringkatan perusahaan dalam 5 (lima) peringkat warna yang mencerminkan kinerja pengelolaan lingkungan secara keseluruhan, yaitu emas, hijau, biru, merah dan hitam. Perusahaan berperingkat merah dan hitam merupakan perusahaan yang belum taat, biru adalah peringkat perusahaan yang taat, sedangkan hijau dan emas adalah peringkat perusahaan yang pengelolaannya lebih dari syarat yang ditentukan. Dengan demikian untuk perusahaan berperingkat emas, hijau, dan biru mendapatkan insentif reputasi, sedangkan perusahaan yang berperingkat merah dan hitam mendapatkan disinsentif reputasi. Pelaksanaan PROPER merupakan suatu bentuk perwujudan transparansi dan pelibatan masyarakat dalam pengelolaan lingkungan dan perwujudan demokratisasi dalam pengendalian dampak lingkungan di Indonesia.

Dalam proses demokratisasi, menuntut keselarasan peran aktif individu dan masyarakat. Dalam hal ini, PROPER memberikan kesempatan kepada masyarakat luas untuk berperan aktif dalam

pengendalian dampak lingkungan. Agar informasi yang dikeluarkan oleh PROPER, legal di mata masyarakat, maka dalam pelaksanaannya PROPER menerapkan prinsip-prinsip *Good Environmental Governance* (GEG), antara lain transparansi, *fairness*, partisipasi multi *stakeholder* dan akuntabel.

2.7.2 Tujuan dan Sasaran PROPER

PROPER dilaksanakan untuk mencapai tujuan dan sasaran tertentu.

Adapun tujuan dan sasaran tersebut adalah:

1. TUJUAN

- a. Mendorong terwujudnya pembangunan berkelanjutan
- b. Meningkatkan komitmen para *stakeholder* dalam upaya pelestarian lingkungan
- c. Meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan secara berkelanjutan
- d. Meningkatkan kesadaran para pelaku usaha untuk menaati peraturan perundangan di bidang lingkungan
- e. Meningkatkan penataan dalam pengendalian dampak lingkungan melalui peran aktif masyarakat
- f. Mengurangi dampak negatif kegiatan perusahaan terhadap lingkungan.

2. SASARAN

- a. Mendorong perusahaan untuk menaati peraturan perundangan melalui instrumen insentif dan disinsentif reputasi

- b. Mendorong perusahaan yang sudah baik kinerja lingkungannya untuk menerapkan produksi bersih (*cleaner production*).

2.7.3 Lembaga Pelaksana PROPER

Untuk perwujudan dan pelaksanaan *Good Environmental Governance*, PROPER secara teknis dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH), sedangkan dalam beberapa tahapan pelaksanaannya dilakukan melalui pendekatan partisipatif *multistakeholder* yang meliputi tahap kegiatan, sebagai berikut:

1. Pada tahap persiapan dan perencanaan, dilakukan kegiatan sosialisasi dengan berbagai *stakeholder*, antar lain: Sektor industri terkait, Pemerintah Daerah, dan Lembaga Swadaya Masyarakat.
2. Proses penilaian PROPER dilakukan melalui beberapa tahapan pengkajian teknik di internal KLH (*peer review*), dimulai dari Tim Teknis PROPER KLH yang terdiri dari para Pengawas Lingkungan Hidup (PPLH), pejabat Eselon I KLH, dan masukan dari para anggota Dewan Pertimbangan PROPER. Susunan keanggotaan Dewan Pertimbangan PROPER terdiri atas berbagai elemen masyarakat, yaitu pemerintah, tokoh masyarakat yang kredibel, perguruan tinggi atau pakar lingkungan, lembaga swadaya masyarakat
3. Hasil penilaian kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan disampaikan secara transparan sehingga masyarakat

dan atau *stakeholder* dapat bereaksi terhadap informasi sesuai dengan kapasitasnya.

2.7.4 Indikator Keberhasilan PROPER

Agar akuntabilitas pelaksanaan PROPER dapat terwujud, beberapa hal berikut ini dapat dijadikan sebagai indikator keberhasilan pelaksanaan PROPER:

1. Menurunnya tingkat pencemaran dan kerusakan lingkungan.
2. Meningkatnya kualitas lingkungan.
3. Meningkatnya jumlah perusahaan yang menaati peraturan lingkungan.
4. Meningkatnya kepercayaan para *stakeholder* terhadap hasil penilaian kinerja perusahaan yang telah dilakukan.

2.7.5 Keuntungan PROPER bagi para *Stakeholder*.

Pelaksanaan PROPER memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan dan para *stakeholder*, antara lain:

1. Sebagai instrumen *benchmarking* bagi perusahaan untuk mengukur kinerja pengelolaan lingkungan yang telah dilakukan, dengan membandingkan kinerja perusahaan secara nasional (*non financial benchmarking*)
2. Sebagai media untuk mengetahui status ketaatan perusahaan terhadap peraturan perundangan yang berlaku.

3. Sebagai *clearing house* bagi investor, perbankan, masyarakat dan LSM sekitar perusahaan, untuk mengetahui kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan.
4. Sebagai alat promosi bagi perusahaan yang berwawasan lingkungan, untuk meningkatkan daya saingnya.
5. Sebagai bahan informasi bagi pemasok teknologi lingkungan, terutama berkaitan dengan teknologi ramah lingkungan yang dibutuhkan perusahaan.
6. Meningkatkan citra dan kepercayaan perusahaan di jajaran *stakeholder*.
7. Memberikan ruang partisipatif bagi para *stakeholder* untuk terlibat secara langsung dalam upaya pengendalian dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan.

2.7.6 Kriteria Pemilihan Peserta PROPER

Setiap kegiatan perusahaan mempunyai dampak terhadap lingkungan, misalnya perusahaan sektor industri, pertambangan, pertanian dan kehutanan, wajib diikutsertakan dalam PROPER. Mengingat adanya keterbatasan sumber daya, agar pelaksanaan pelaksanaan PROPER lebih efektif, maka PROPER dilaksanakan secara bertahap dengan kriteria pemilihan perusahaan sebagai berikut:

1. Perusahaan yang paling menimbulkan dampak bagi lingkungan.
2. Perusahaan yang sangat dominan menimbulkan pencemaran atau kerusakan lingkungan.

3. Perusahaan yang berpotensi mencemari dan merusak lingkungan.
4. Perusahaan publik yang terdaftar di pasar modal baik di dalam maupun di luar negeri.
5. Perusahaan yang berorientasi ekspor.

Adapun prioritas penilaian PROPER meliputi jenis-jenis industri sebagai berikut:

1. Manufaktur, Prasarana dan Jasa (MPJ), yaitu pulp dan kertas, tekstil, semen, otomotif, peleburan besi dan baja, MSG, alkohol, industri kimia dasar, dan kawasan industri sejenis.
2. Pertambangan, Energi, dan Migas (PEM), yaitu pertambangan mineral, pertambangan batubara, pembangkit energi, eksplorasi dan produksi, pengolahan dan distribusi minyak dan gas, serta pertambangan sejenis.
3. Hasil Pertanian dan Kehutanan (HPK), yaitu pengolahan kelapa sawit, pabrik gula, kayu lapis, karet (*crumb rubber*), tapioka, dan sejenisnya.

2.7.7 Kriteria Penilaian

Peringkat kinerja PROPER berorientasi kepada hasil yang telah dicapai perusahaan dalam pengelolaan lingkungan yang mencakup 7 (tujuh) aspek yaitu:

1. Pentaatan terhadap peraturan pengendalian pencemaran air.
2. Pentaatan terhadap peraturan pengendalian pencemaran udara.
3. Pentaatan terhadap peraturan pengelolaan limbah B3.

4. Pentaatan terhadap peraturan AMDAL.
5. Sistem manajemen lingkungan.
6. Penggunaan dan pengelolaan sumber daya.
7. *Community Development, Participation dan Relation.*

Informasi di media tentang penghargaan dan sanksi untuk pelaksanaan PROPER, merupakan upaya yang ditempuh oleh KLH untuk mendorong perusahaan dalam menata dan mengelola lingkungannya.

2.8 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu tentang kinerja lingkungan, beberapa ahli menemukan hasil yang cukup bervariasi. Penelitian yang dilakukan oleh Suratno *et al.* (2006) yang menemukan bahwa *environmental performance* berpengaruh secara positif signifikan terhadap *environmental disclosure* dan *economic performance*. Rakhiemah dan Agustia (2009) menemukan bahwa hanya kinerja lingkungan yang berpengaruh positif terhadap *CSR disclosure*. Berikut ringkasan beberapa penelitian, variabel, analisis, dan hasilnya:

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Variabel	Analisis	Hasil Penelitian
Sudaryanto (2011)	Kinerja lingkungan, CFP, CSR	Regresi berganda	<ul style="list-style-type: none"> • Kinerja lingkungan dengan CFP tidak berpengaruh positif • Kinerja lingkungan dengan CSR berpengaruh positif
Rakhiemah dan Agustia (2009)	Kinerja lingkungan, CSR <i>Disclosure</i> , kinerja	Regresi	Hanya kinerja lingkungan yang berpengaruh positif terhadap <i>CSR disclosure</i>

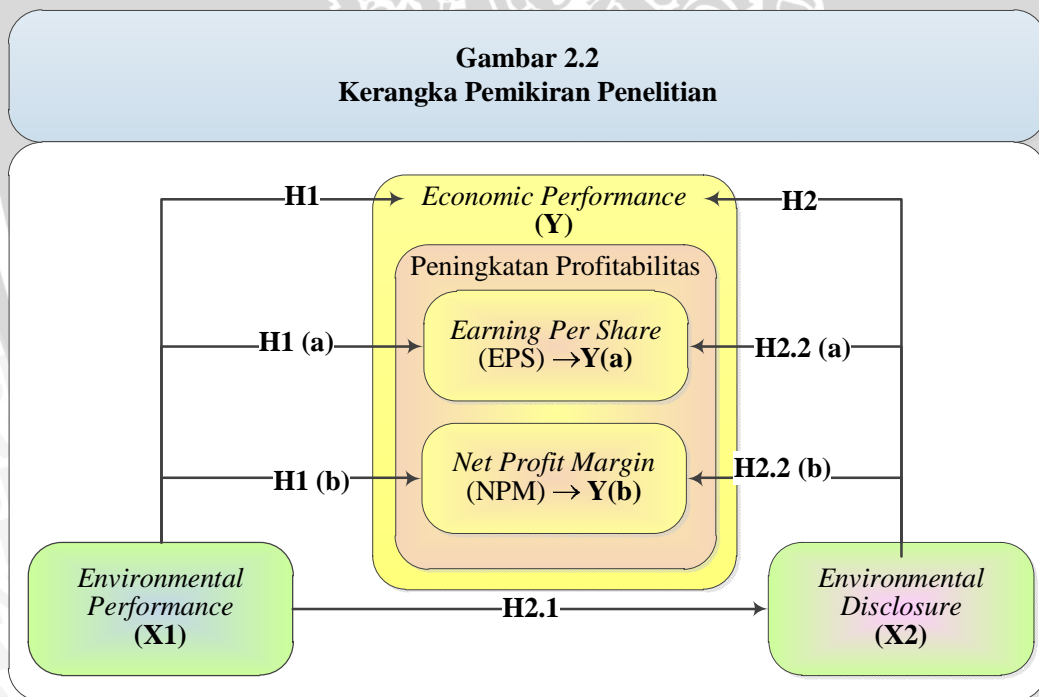
	finansial		
Al Tuwajiri, et al. (2004)	<i>Environmental performance, environmental disclosure, economic performance</i>	Regresi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Environmental performance</i> berpengaruh secara positif signifikan terhadap <i>environmental disclosure</i> • <i>Environmental performance</i> juga berpengaruh secara positif signifikan terhadap <i>economic performance</i>
Monika dan Hartanti (2007)	EVA, <i>Corporate Social Performance</i>	Regresi linier berganda	CSP tidak signifikan mempengaruhi EVA baik di tahun yang sama maupun jika diasumsikan ada <i>time lag</i> satu tahun setelahnya
Wirakusuma (2007)	Nilai perusahaan diukur dengan Tobin's Q dan Kinerja keuangan diukur dengan ROA	Regresi	ROA terbukti berpengaruh positif secara statistik terhadap nilai perusahaan
Suratno et al. (2006)	<i>Environmental disclosure, economic performance</i> <i>Environmental performance</i>	Regresi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Environmental performance</i> berpengaruh secara positif signifikan terhadap <i>environmental disclosure</i> • <i>Environmental performance</i> juga berpengaruh secara positif signifikan terhadap <i>economic performance</i>
Brammer et al. (2005)	CFP diukur dengan <i>stock return</i> , CSR parameter : <i>CSR environment, CSR employment, CSR community</i>	Regresi berganda	CSR <i>environment</i> dan <i>employment</i> berkorelasi negatif dengan <i>return</i> sedangkan CSR <i>community</i> berkorelasi positif

Sumber: Berbagai Jurnal

2.9 Kerangka Pemikiran

Jumlah investor dipengaruhi oleh kualitas kinerja lingkungan, kinerja keuangan, dan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan dan tanggung jawab sosial tinggi akan direspon positif oleh investor dan akan mempengaruhi keputusan investasi perusahaan. Harga saham perusahaan merupakan cerminan pencapaian kinerja keuangan perusahaan.

Kerangka pemikiran berikut, menunjukkan adanya hubungan antara *Environmental Performance*, *Environmental Disclosure* dan kinerja keuangan, sekaligus profitabilitas:



2.10. Pengembangan Hipotesis

2.10.1 Pengaruh *Environmental Performance* terhadap *Economic Performance* dan *Profitabilitas*

Beberapa penelitian menunjukkan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap kinerja finansial perusahaan, profitabilitas. Almilia dan Wijayanto (2007) menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kinerja lingkungan dengan kinerja finansial, yang sekaligus profitabilitasnya. Berdasarkan teori legitimasi, pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan pada persepsi masyarakat.

Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan tempat perusahaan berada, untuk memastikan bahwa aktifitas mereka diterima oleh pihak luar sebagai “sah” (Deegan, 2004). Kaitan antara teori legitimasi, kinerja lingkungan, dan kinerja finansial adalah apabila terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat (*legitimacy gap*), maka perusahaan dapat kehilangan legitimasinya, kemudian kelangsungan hidup perusahaan terancam (Lindblom, 1994).

Legitimasi penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma, nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut,

mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi tentang perhatiannya terhadap lingkungan. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan baik, tanggung jawab terhadap lingkungan, dan keuangan, sehingga mereka diterima masyarakat. Penerimaan masyarakat, dapat menentukan nilai perusahaan, sehingga dapat meningkatkan laba. Berarti bahwa, kinerja lingkungan perusahaan memberikan akibat terhadap kinerja keuangan dan profitabilitas perusahaan, yang tercermin pada tingkat *return* tahunan perusahaan dibandingkan dengan *return* industri. Dengan demikian, hipotesis pertama penelitian ini adalah:

H1: *Environmental Performance* berpengaruh positif terhadap *Economic Performance* dan profitabilitas

2.10.2 Pengaruh *Environmental Performance* terhadap *Economic Performance* dan Profitabilitas melalui *Environmental Disclosure*

Perusahaan dengan *environmental performance* dan profitabilitas yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki *environmental performance* lebih buruk (Verrecchia, 1983). Preston (1981) juga menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik dan melakukan pengungkapan yang tinggi, diposisikan sebagai perusahaan yang memiliki aktivitas yang berguna, sedangkan kualitas pengungkapan yang di lakukan perusahaan didorong oleh legitimasi terhadap masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Al

Tuwajiri, *et al.* (2004) menyatakan bahwa *environmental performance* yang baik akan mendorong dilakukannya sesuatu yang baik pula. Hal ini sejalan dengan penelitian Lindianasari (2007) yang membuktikan bahwa perusahaan yang memiliki *environmental performance* yang baik akan memberikan *environmental disclosure* yang baik pula.

Perusahaan diharapkan akan memperoleh legitimasi sosial, dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang dengan menerapkan *environmental disclosure* (Kiroyan 2006). Informasi dalam laporan keuangan perusahaan mempunyai peran yang sangat penting dalam pasar modal, baik bagi investor secara individual maupun bagi pasar secara keseluruhan. Bagi investor, informasi berperan penting dalam mengambil keputusan investasi, sementara pasar memanfaatkan informasi untuk mencapai harga keseimbangan yang baru. Investor tidak hanya memasukkan laba sebagai satu-satunya bahan pertimbangan, tetapi investor mulai melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan.

Hubungan antara *environmental disclosure* dengan profitabilitas, identik dengan teori *signalling* yang memberikan sinyal informasi dari hasil kinerja perusahaan kepada masyarakat luar. Memberikan informasi tentang kinerja perusahaan yang tercantum dalam laporan keuangan bahwa hasil kinerja perusahaan tersebut lebih baik dari perusahaan lain. Dengan ini, perusahaan mengharapkan sinyal tersebut direspon positif oleh masyarakat dan para pelaku pasar modal.

Lajili dan Zeghal (2006) menemukan bahwa perusahaan yang lebih banyak mengungkapkan informasi *human capital* (yang merupakan bagian dari CSR) memiliki hasil *economic performance* yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang sedikit mengungkapkan informasi tersebut. Profitabilitas perusahaan akan mengalami kenaikan jika jumlah investor yang menanamkan modalnya bertambah. Kepercayaan investor terhadap kualitas perusahaan akan mempengaruhinya untuk menanamkan modal dalam jumlah yang lebih banyak. Semakin banyaknya saham, menjadi penentu meningkatnya profitabilitas. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H2: Melalui *Environmental Disclosure*, *Environmental Performance* berpengaruh positif terhadap *Economic Performance* dan profitabilitas