

BAB. II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1 Rovila El Maghviroh dan Achmad Arif Rachman (2012)

Penelitian ini meneliti pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), kepemilikan manajerial dan institusional perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2010. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Variabel Kepemilikan Manajerial dan Variabel Kepemilikan Institusional tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Persamaan :

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama membahas tentang *Corporate Social Responsibility*. Variabel yang digunakan juga sama yaitu Nilai Perusahaan.

Perbedaan :

(1) Pada peneliti terdahulu peneliti ingin mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), kepemilikan manajerial dan institusional perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan dalam penelitian kali ini untuk menguji dampak *Indonesia Sustainability Reporting Award* (ISRA)

terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan; (2) sampel yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2010, sedangkan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang menerima penghargaan dari ISRA dan perusahaan yang tidak menerima penghargaan ISRA tetapi masih pada jenis industri yang sama pada tahun 2007 sampai dengan tahun 2011.

2.1.2 Luciana Spica Almilia, Nurul Hasanah Uswati Dewi, dan Vidiana Hastutik Is Hartono (2011)

Penelitian ini meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dan dampaknya terhadap kinerja keuangan dan ukuran perusahaan. Sampel penelitian ini terdiri dari 47 perusahaan yang menerima *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)* dan perusahaan lain yang tidak menerima *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)* tetapi masih dalam industri yang sama pada periode 2007 – 2008. Teknik analisis yang digunakan adalah uji regresi logistik dan uji beda t-test. Hasil dari penelitian ini menunjukkan :

1. Variabel kinerja keuangan yang diukur dengan rasio ROA berpengaruh positif terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan.
2. Variabel kinerja keuangan yang diukur dengan rasio ROE berpengaruh negatif terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

3. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan
4. Berdasarkan data laporan keuangan sebelum tahun pengumuman ISRA hasilnya variabel kinerja keuangan yang diukur dengan ROA dan variabel ukuran perusahaan terdapat beda antara penerima ISRA dan yang tidak menerima ISRA. Sedangkan untuk rasio ROE tidak ada perbedaan antara penerima ISRA dan perusahaan yang tidak menerima ISRA.
5. Berdasarkan data 1 tahun setelah laporan tahunan perusahaan memenangkan ISRA hasilnya variabel kinerja keuangan yang diukur dengan ROA dan variabel ukuran perusahaan terdapat beda antara penerima ISRA dan yang tidak menerima ISRA. Sedangkan untuk rasio ROE tidak ada perbedaan antara penerima ISRA dan perusahaan yang tidak menerima ISRA.
6. Berdasarkan data secara keseluruhan hasilnya variabel ukuran perusahaan terdapat beda antara penerima ISRA dan yang tidak menerima ISRA. kinerja kuangan yang diukur dengan rasio ROA dan ROE tidak ada perbedaan antara penerima ISRA dan perusahaan yang tidak menerima ISRA.

Persamaan :

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dan sekarang sampel yang digunakan sama, yaitu perusahaan yang menerima *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)*.

Perbedaan :

Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya adalah (1) pada peneliti terdahulu peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dan dampaknya terhadap kinerja keuangan dan ukuran perusahaan, sedangkan dalam penelitian kali ini untuk menguji dampak *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)* terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan; (2) sampel yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah seluruh perusahaan penerima penghargaan *Indonesia Sustainability Reporting Award* dan yang tidak menerima ISRA pada 2007 – 2008, sedangkan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang menerima penghargaan dari ISRA dan perusahaan yang tidak menerima penghargaan ISRA tetapi masih pada jenis industri yang sama pada tahun 2007 – 2011.

2.1.3 Budiman (2009)

Penelitian ini meneliti pengaruh pengumuman *Indonesia Sustainability Reporting Awards* 2005-2008 terhadap abnormal return dan volume perdagangan saham. Peneliti menggunakan sampel seluruh perusahaan penerima penghargaan *Indonesia Sustainability Reporting Award* 2005-2008. Teknik analisis yang digunakan *Wilcoxon Signed Test*. Hasil dari penelitian ini adalah ISRA 2005-2008 berpengaruh secara signifikan terhadap abnormal return dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap volume perdagangan saham.

Persamaan :

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama membahas mengenai *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)*. Sampel yang digunakan juga sama yaitu seluruh perusahaan penerima penghargaan *Indonesia Sustainability Reporting Award*.

Perbedaan :

Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel independen yang digunakan. (1) Variabel independen dalam penelitian terdahulu adalah abnormal return dan volume perdagangan saham. Sedangkan variabel independen pada penelitian ini adalah kinerja keuangan dan nilai saham; (2) sampel yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah seluruh perusahaan penerima penghargaan *Indonesia Sustainability Reporting Award* 2005 – 2008, sedangkan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang menerima penghargaan dari ISRA dan perusahaan yang tidak menerima penghargaan ISRA tetapi masih pada jenis industri yang sama pada tahun 2007 – 2011.

2.1.4 Peter A. Stanwick dan Sarah D. Stanwick (1998)

Penelitian Stanwick dan Stanwick meneliti hubungan antara kinerja sosial perusahaan (CSP) dan ukuran perusahaan, kinerja keuangan, dan kinerja lingkungan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan beberapa kriteria yaitu : (1) Perusahaan yang terdaftar di *Fortune Corporate Reputation Index*. (2) Perusahaan ini terdaftar dalam 500 Toxic yang rilis berdasarkan

laporan inventarisasi *Environmental Protection Agency* di Amerika Serikat. (3) Informasi yang tersedia tentang tingkat profitabilitas perusahaan dan penjualan dari daftar Fortune 500 perusahaan. Kriteria ini menghasilkan pemilihan dari 111 perusahaan pada tahun 1987, 102 perusahaan pada tahun 1988, 120 perusahaan pada tahun 1989, 125 perusahaan pada tahun 1990, 118 perusahaan pada tahun 1991, dan 121 perusahaan pada tahun 1992. Alat uji yang digunakan adalah analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, kinerja keuangan, dan kinerja lingkungan tidak mempengaruhi tingkat kinerja sosial perusahaan (CSP).

Persamaan :

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama membahas tentang *Corporate Social Responsibility*. Variabel yang digunakan juga sama yaitu Kinerja Keuangan.

Perbedaan :

(1) Pada penelitian terdahulu variabel independen yang digunakan adalah kinerja keuangan, kinerja lingkungan, dan ukuran perusahaan. Sedangkan pada penelitian ini variabel independennya adalah nilai perusahaan dan kinerja keuangan; (2) sampel yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah perusahaan yang terdaftar di *Fortune Corporate Reputation Index* dari tahun 1987 sampai dengan tahun 1992. Sedangkan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang menerima penghargaan dari ISRA dan perusahaan yang tidak menerima penghargaan ISRA tetapi masih pada jenis industri yang sama pada tahun 2007 – 2011.

2.1.5 Lee E. Preston dan Douglas P. O'bannon (1997)

Penelitian ini menganalisis hubungan antara indikator kinerja sosial dan keuangan perusahaan dalam kerangka teoritis yang komprehensif. Sampel yang digunakan adalah 67 perusahaan terbesar dari sejumlah industri yang telah di survei oleh majalah Fortune dan COMPUSTAT sejak tahun 1982. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tidak ada hubungan negatif kinerja sosial dan kinerja keuangan dan hubungan positif yang kuat antara kinerja sosial dan kinerja keuangan.

Persamaan :

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama membahas tentang *Corporate Social Responsibility*.

Perbedaan :

(1) Sampel yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah 67 perusahaan terbesar dari sejumlah industri yang telah di survei oleh majalah Fortune dan COMPUSTAT sejak tahun 1982, sedangkan pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah perusahaan yang menerima *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)* dan perusahaan yang tidak menerima penghargaan ISRA tetapi masih pada jenis industri yang sama dari tahun 2007 – 2011; (2) variabel yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah kinerja sosial dan kinerja keuangan. Sedangkan dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah kinerja keuangan dan nilai perusahaan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori Sinyal menjelaskan tentang bagaimana para investor memiliki informasi yang sama tentang prospek perusahaan sebagai manajer perusahaan ini disebut informasi asimetris. Namun dalam kenyataannya manajer sering memiliki informasi lebih baik dari investor luar. Hal ini disebut informasi asimetris, dan ini memiliki dampak penting pada struktur modal yang optimal (Brigham, 2005) dalam Yeye (2011).

Keakuratan, kelengkapan, dan ketepatan waktu dari suatu informasi dapat membantu investor dalam mengambil keputusan berinvestasi. Informasi merupakan suatu hal yang sangat penting bagi investor karena dari informasi investor akan mendapatkan gambaran mengenai keadaan pasar.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam konteks sinyal dapat mengirimkan sinyal reputasi perusahaan yang baik atau meningkatkan nama perusahaan dimata *stakeholders*. Sinyal positif diharapkan dapat memberikan respon yang positif terhadap pasar, sehingga dapat meningkatkan kinerja pasar saham perusahaan yang tercermin melalui peningkatan harga saham perusahaan.

Informasi sangat erat kaitannya dengan dengan teori sinyal (*signaling theory*). Teori sinyal (*signaling theory*) berakar pada teori akuntansi pragmatik yang memusatkan perhatiannya kepada pengaruh informasi terhadap perubahan perilaku informasi. Pengumuman *Indonesia Sustainability Reporting Award* (ISRA) merupakan informasi yang dapat

memberikan sinyal positif bahwa perusahaan yang memenangkan ISRA mempunyai kinerja yang lebih baik di masa yang akan datang sehingga dapat menarik investor, dimana reaksi pasar dapat dilihat melalui perubahan harga saham. Pengumuman *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)* juga dapat membantu proses pengambilan keputusan. Namun jika pengumuman *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)* tidak membuat pasar bereaksi dengan tidak adanya perubahan harga saham, maka pengumuman tersebut memberikan sinyal yang negatif.

2.2.2 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Jansen dan Meckling (1976) dalam Ni Wayan (2010) mendefinisikan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak antara manajemen (*agent*) dengan para pemegang saham (*principal*). Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja untuk kepentingan pemegang saham. Manajemen berkewajiban untuk mempertanggungjawabkan wewenang tersebut dengan membuat laporan keuangan.

Teori agensi memiliki tujuan untuk meningkatkan kemampuan individu (prinsip maupun agen) dalam mengevaluasi suatu keputusan yang diambil, kemudian mengevaluasi hasil dari keputusan tersebut untuk mempermudah pengalokasian hasil antara prinsipal dan agen. Hubungan agensi terjadi ketika satu orang atau lebih (*principal*) memperkerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan jasa yang kemudian mendelegasikan

wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Hubungan antara principal dan agent dapat mengarah pada kondisi ketidakseimbangan informasi (*asymmetrical information*) karena agent berada pada posisi yang memiliki informasi yang lebih banyak tentang perusahaan dibandingkan dengan principal.

Belkaoui (1989) dalam Retno (2006) mengemukakan didalam hubungan keagenan terdapat tiga faktor yang mempengaruhi biaya pengawasan (*monitoring cost*), biaya kontrak (*contracting cost*), dan visibilitas politis. Perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan kontrak yang tinggi cenderung memilih metode akuntansi yang dapat meningkatkan laba yang dilaporkan, dan perusahaan yang menghadapi visibilitas politis yang tinggi cenderung akan memilih metode dan teknik akuntansi yang dapat melaporkan laba menjadi lebih rendah. Perusahaan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial dengan tujuan membangun *image* perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya untuk memberikan informasi sosial, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Ketika perusahaan menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung mengungkapkan tanggungjawab sosial. Jadi pengungkapan tanggungjawab sosial berhubungan positif dengan kinerja sosial, kinerja ekonomi, dan visibilitas politis.

2.2.3 Corporate Social Responsibility

Pengertian dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dikemukakan oleh banyak pakar, diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh Darwin (2004) dalam Retno (2006) yang mendefinisikan CSR sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Tanggung jawab sosial dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan sekitar. Proses pengambilan keuntungan tersebut perusahaan seringkali menimbulkan kerusakan lingkungan dan dampak sosial.

Nuryana (2005) dalam Danu (2011) memberikan definisi CSR sebagai sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku tangan kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip sukarela dan kemitraan. Sedangkan menurut Schermerhon (1993) dalam Danu (2011), memberikan definisi CSR sebagai bentuk kepedulian suatu organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik organisasi.

Prinsip-prinsip dasar *Corporate Social Responsibility* yang menjadi dasar bagi pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi dalam

pembuatan keputusan menurut ISO 26000 menurut Mas Achmad (2008)

meliputi:

1. Kepatuhan terhadap hukum
2. Menghormati instrumen/badan-badan Internasional
3. Menghormati stakeholders dan kepentingannya
4. Akuntabilitas
5. Transparansi
6. Perilaku yang beretika
7. Melakukan tindakan pencegahan
8. Menghormati dasar-dasar HAM

Kotler dan Lee (2006) menyebutkan enam kategori program CSR. Pemilihan program alternatif CSR yang akan dilaksanakan oleh perusahaan sangat bergantung pada tujuan pelaksanaan CSR yang ingin dicapai perusahaan. Keenam jenis kategori program CSR tersebut sebagai berikut:

1. *Cause promotions*, merupakan program perusahaan yang menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau perkrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.

2. *Cause related marketing*, perusahaan memiliki komitmen untuk memberikan presentase tertentu dari penghasilannya untuk kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk.
3. *Corporate social marketing*, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
4. *Corporate philanthropy*, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan biasanya dalam bentuk pemberian uang secara tunai, paket bantuan, atau pelayanan secara cuma-cuma.
5. *Community volunteering*, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, para pemegang *franchise* atau rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela untuk membantu organisasi masyarakat yang menjadi sasaran.
6. *Socially responsible business practice (community development)*, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

2.2.4 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut Mas Achmad (2008) terdapat dua hal yang dapat mendorong perusahaan menerapkan CSR, yaitu bersifat dari luar perusahaan (*external drivers*) dan dari dalam perusahaan (*internal drivers*). Termasuk kategori pendorong dari luar, misalnya adanya regulasi, hukum, dan diwajibkannya analisis mengenai dampak lingkungan (Amdal). Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) telah memberlakukan audit Proper (Program penilaian peningkatan kinerja perusahaan), sesuai dengan peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor. 18 tahun 2010 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup. Pendorong dari dalam perusahaan terutama bersumber dari perilaku manajemen dan pemilik perusahaan, termasuk tingkat kepedulian atau tanggung jawab perusahaan untuk membangun masyarakat sekitar.

Perusahaan menjalankan tanggung jawab sosialnya, memfokuskan perhatian kepada tiga hal, yaitu profit, lingkungan, dan masyarakat. Diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan mengembangkan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah. Perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang dengan memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar.

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

2.2.5 Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)

National Center for Sustainability Reporting (NCSR) didirikan pada tanggal 23 Juni 2005 oleh 5 (lima) organisasi independen yaitu; Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Manajemen (IAI-KAM), Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG), *Forum For Corporate Governance in Indonesia* (FCGI), Asosiasi Emiten Indonesia (AEI), dan Indonesian Netherlands Association (INA). NCSR menyelenggarakan program penghargaan yang ditujukan kepada perusahaan yang melakukan pelaporan atas kegiatan yang berhubungan dengan aspek lingkungan dan sosial selain aspek ekonomi yang dimaksudkan untuk memelihara

keberlanjutan (sustainability) perusahaan itu sendiri diberi nama *Indonesia Sustainability Reporting Award* (Agung : 2012).

ISRA merupakan penghargaan yang diberikan kepada perusahaan yang telah membuat laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) yang menyangkut aspek sosial dan lingkungan, baik yang diterbitkan secara terpisah maupun tergabung dalam laporan tahunan. *Sustainability reporting* merupakan sebuah alat komunikasi dimana perusahaan dapat mengungkapkan nilai sosial, ekonomi, dan lingkungan kepada para stakeholder.

Tujuan utama ISRA menurut (Agung : 2012) yaitu:

1. Memberikan pengakuan terhadap organisasi-organisasi yang melaporkan dan mempublikasikan informasi mengenai lingkungan, sosial, dan informasi keberlanjutan terintegrasi.
2. Mendukung pelaporan di bidang lingkungan, sosial, dan keberlanjutan.
3. Meningkatkan akuntabilitas perusahaan dengan menekankan tanggungjawab terhadap pemangku kepentingan utama (*key stakeholders*).
4. Meningkatkan kesadaran perusahaan terhadap transparansi dan pengungkapan.

Kriteria penilaian yang digunakan dalam penghargaan ISRA mengacu pada *Global Reporting Initiative (GRI) Sustainability Reporting*

versi 3.0. terdapat beberapa kriteria penilaian penghargaan ISRA (Sheila : 2012), yaitu:

1. Kelengkapan (*completeness*), meliputi: profil perusahaan, dampak penting, kebijakan sosial, komitmen manajemen, target dan tujuan kebijakan sosial/lingkungan, layanan produk dan jasa, kebijakan pengadaan bahan baku dan isu-isu yang terkait dengannya, kebijakan pelaporan dan pembukuan, dan hubungan antara pelaporan sosial/lingkungan dengan masalah pembangunan yang berkelanjutan (*sustainability development*), sistem manajemen (*management system*) serta tata kelola perusahaan (*corporate governance*).
2. Kepercayaan (*credibility*), meliputi: pencapaian utama saat ini, penyebutan anggota tim yang bertanggung jawab untuk isu sosial/ekonomi, sistem manajemen dan integrasinya ke kegiatan usaha, perencanaan ketidakpastian dan manajemen risiko, proses audit internal, ketaatan (*compliance*) atau ketidaktaatan terhadap peraturan, data-data mengenai dampak sosial/ekonomi, data-data keuangan konvensional yang berhubungan, laporan keuangan sosial/lingkungan dan full cost accounting, akreditasi atau sertifikasi ISO, penjabaran mengenai interaksi dengan pihak terkait atau proses dialog, pemanfaatan masukan dari pihak-pihak yang terkait, serta pernyataan dari pihak ketiga.

3. Komunikasi (*communication*), meliputi: tata letak dan penampilan, kemudahan dipahami, dibaca dan proporsional uraian tiap bagian, mekanisme komunikasi dan umpan balik (*feedback*), ringkasan pelaporan (*executive summary*), tersedia petunjuk kemudahan untuk membaca laporan, pemanfaatan sarana intranet dan internet, acuan bagi website dan pelaporan lain, dan hubungan antar pelaporan, kesesuaian grafik, gambar dan foto dengan narasi, dan integrasi dengan laporan keuangan.

2.2.6 Kinerja Keuangan (*Financial Performance*)

Kinerja keuangan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kinerja keuangan dapat dicerminkan melalui analisis rasio-rasio keuangan suatu perusahaan.

Return On Asset (ROA) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut. ROA bisa diinterpretasikan sebagai hasil dari

serangkaian kebijakan perusahaan (strategi) dan pengaruh dari faktor-faktor lingkungan (Mamduh, 2009:159). Secara matematis ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Return On Equity (ROE) merupakan teknik lain untuk menganalisis profitabilitas perusahaan. Investor yang akan membeli saham akan tertarik dengan ukuran profitabilitas ini (Mamduh, 2009:179). Secara matematis ROE dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Equity}}$$

2.2.7 Nilai Perusahaan

Tujuan utama dari suatu perusahaan adalah memaksimalkan profit, pandangan ini semakin lama telah bergeser akibat kelemahan-kelemahan yang ditemui dalam tujuan ini (Agus Sartono, 1990:7). Menurut nya kelemahan-kelemahan tersebut antara lain :

1. Standar ekonomi mikro dengan memaksimalkan profit adalah bersifat statis dan tidak memperhatikan dimensi waktu, sehingga tidak ada perbedaan antara profit dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

2. Pengertian profit itu sendiri, apakah memaksimalkan jumlah profit secara nominal atautkah tingkat profit.
3. Masalah risiko yang berkaitan dengan setiap alternatif keputusan memaksimalkan profit tanpa mempertimbangkan risiko yang akan terjadi adalah suatu kesalahan fatal.
4. Memaksimalkan profit bisa saja dilakukan dengan menanamkan dana hasil penjualan saham melalui deposito, namun pemegang saham akan meminta tingkat keuntungan yang lebih besar dari tingkat deposito atas risiko yang lebih besar, sehingga pasar menurun akibatnya nilai perusahaan juga akan menurun.

Nilai perusahaan adalah bentuk memaksimalkan tujuan perusahaan melalui peningkatan kemakmuran para pemegang saham, kemakmuran pemegang saham meningkat apabila harga saham yang dimilikinya meningkat (Agus Sartono, 1990:8).

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap investasi inkremental. Jika rasio-q diatas satu, ini berarti investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika rasio-q dibawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik. Menurut White et.al. (2002) dalam Etty (2009) Tobins'Q dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Tobins'Q} = \frac{(\text{MVE} + \text{D})}{(\text{BVE} + \text{D})}$$

2.2.8 Dampak *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)*

Terhadap ROE Perusahaan

Pengambilan keputusan ekonomi hanya dengan melihat kinerja keuangan suatu perusahaan, saat ini sudah tidak relevan lagi. Eipstein dan Freedman (1994) dalam Retno (2006), menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan.

Return On Equity (ROE) merupakan rasio perbandingan antara laba bersih dengan modal sendiri atau modal saham yang digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian atas investasi bagi pemegang saham biasa atau pemilik modal. Heinze (1976) dalam Samsinar (2010) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara profitabilitas terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Dengan melaporkan pengungkapan tanggungjawab sosial kepada publik memungkinkan perusahaan memperoleh legitimasi dengan memperlihatkan tanggung jawab sosial melalui pengungkapan CSR kepada media.

Perusahaan yang ikut berpartisipasi dalam *Indonesia Sustainability Reporting Awards (ISRA)*, diharapkan dapat memiliki citra positif sehingga menambah minat daya beli masyarakat kepada produk perusahaan. Hal ini dapat menyebabkan volume penjualan perusahaan akan terus bertambah,

yang berdampak pada harga saham akan meningkat dan tentu saja return saham perusahaan akan meningkat. Citra perusahaan yang positif dengan memenangkan ISRA dapat berdampak pada penjualan produk perusahaan dan laba pun juga akan meningkat, sehingga ROE perusahaan juga akan meningkat.

2.2.9 Dampak *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)* terhadap ROA Perusahaan

Penghargaan *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)* dapat menarik minat para investor untuk menanamkan sahamnya di perusahaan sehingga menyebabkan perbedaan kinerja keuangan perusahaan antara sebelum dan sesudah menerima penghargaan ISRA. ROA merupakan rasio perbandingan antara laba bersih dengan total aktiva yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas aktiva yang dipergunakan pada periode tertentu (Agung, 2012).

Fitriana (2007) dalam Sheila (2012) menyatakan bahwa terdapat perbedaan kinerja keuangan yang diukur dengan *current rasio*, *working capital to assets ratio*, *return on investment*, dan *return on equity* antara sebelum dan sesudah menerima penghargaan ISRA 2007. Rata-rata nilai keseluruhan ROA perusahaan mengalami peningkatan setelah berpartisipasi dalam *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)*. Ini membuktikan bahwa Penghargaan ISRA dapat menarik investor untuk menanamkan saham

di perusahaan. Sehingga menyebabkan perbedaan kinerja keuangan sebelum dan sesudah perusahaan menerima penghargaan ISRA.

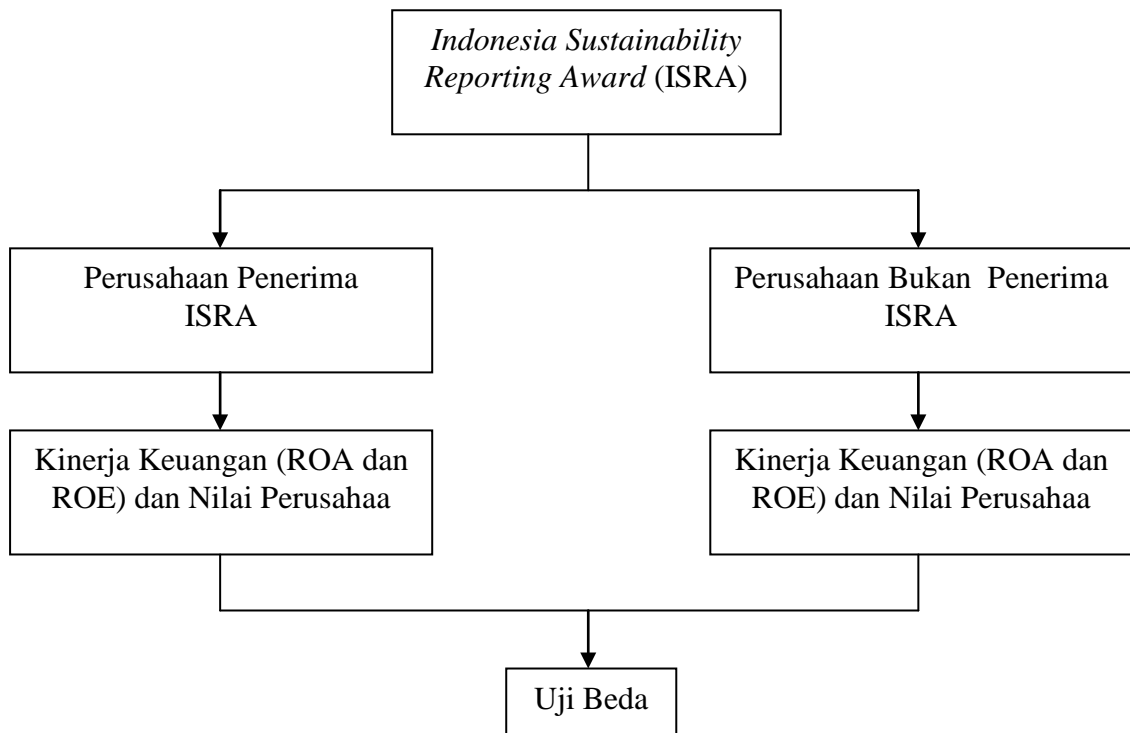
2.2.10 Dampak *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)* terhadap Nilai Perusahaan

Menerapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat menjadikan nama perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen akan semakin tinggi. Meningkatnya loyalitas konsumen akan berdampak pada peningkatan penjualan perusahaan. Semakin meningkat volume penjualan perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan. Semakin baik kinerja suatu perusahaan dalam memperbaiki kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Ini dikarenakan investor tertarik untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut. Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaannya (Rovila, 2012). *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas suatu perusahaan itu meningkat. Ni Wayan (2010) menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini berarti para investor telah mempertimbangkan laporan pertanggungjawaban sosial sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Perusahaan yang mengungkapkan CSR akan dinilai lebih oleh investor bahwa perusahaan

dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan penjualan perusahaan akan semakin meningkat.

2.3 Kerangka Pemikiran

CSR menjadi sangat penting akhir – akhir ini karena banyak investor yang mulai peduli terhadap lingkungan dan bagaimana sebuah perusahaan dapat menjalankan usahanya tanpa merusak lingkungan. Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang baik tentunya juga memiliki tingkat pengungkapan yang lebih baik. Dalam pengujian ini kualitas pelaporan tanggungjawab sosial perusahaan dapat dilihat dari perusahaan yang menerima penghargaan pada perusahaan yang memiliki kualitas pelaporan yang benar-benar berkualitas.



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

H1 : Pengumuman *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)* berdampak pada kinerja keuangan perusahaan penerima ISRA yang ditunjukkan dengan adanya perbedaan kinerja yang signifikan antara perusahaan penerima dan bukan penerima ISRA

H2 : Pengumuman *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)* berdampak pada nilai perusahaan penerima ISRA yang ditunjukkan dengan adanya perbedaan nilai perusahaan yang signifikan antara perusahaan penerima dan bukan penerima ISRA.