

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tinjauan umum mengenai literatur-literatur yang membahas ataupun meneliti tentang pengaruh *Environmental Performance* dan kepemilikan asing terhadap *CSR Disclosure* dan *Financial Performance* telah banyak dilakukan dan dapat dijadikan dasar yang relevan untuk dapat melakukan penelitian, antara lain:

1. Novita Gue Dkk (2015)

penelitian ini menguji pengaruh kepemilikan asing terhadap kinerja keuangan pada badan usaha milik negara (BUMN) yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) tahun 2007-2014. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan asing memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kinerja keuangan pada badan usaha milik negara (BUMN) yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI). Hasil ini menunjukkan bahwa dengan adanya kepemilikan asing dalam perusahaan dapat membantu penerapan *good corporate governance*, melalui pengawasan secara aktif dalam memantau perkembangan perusahaan melalui situs perusahaan serta melakukan konfirmasi melalui telepon atas suatu

corporate actions yang dilakukan perusahaan, sehingga manajer dapat lebih profesional dalam menghasilkan laba yang tercermin dalam kinerja keuangan.

Persamaan

- a. Variabel yang digunakan yaitu variabel dependen kinerja keuangan dan variabel independennya kepemilikan asing.
- b. Teori yang digunakan adalah *agency theory*.
- c. Menggunakan data skunder yang bersumber dari data eksternal yang diakses melalui internet dengan mengakses www.idx.co.id

Perbedaan

- a. Populasi yang di gunakan penelitian terdahulu adlah perusahaan badan milik negara (BUMN) yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) pada tahun 2007-2014 sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada tahun 2012-2014.
- b. Variabel yang digunakan penelitian terdahulu hanyalah 2 variabel saja yaitu variabel dependennya kinerja keuangan dan variabel independennya kepemilikan asing, sedangkan penelitian saat ini menambahkan 2 variabel yaitu *environmental performance* sebagai variabel independen dan *CSR disclosure* sebagai variabel independen.

2. Mazda Eko (2013)

Penelitian ini menguji pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dan kinerja keuangan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan. Hal ini

dikarenakan membuktikan bahwa rating PROPER, yang disediakan oleh pemerintah, cukup terpercaya sebagai ukuran kinerja lingkungan perusahaan. Kesadaran perusahaan dalam pengelolaan di bidang lingkungan dapat meningkatkan hasil dari kinerja keuangan. Kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan, karena nilai perusahaan banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Kinerja keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan peningkatan hasil kinerja oleh perusahaan akan diikuti dengan penciptaan nilai bagi perusahaan. Kinerja lingkungan memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan. Dalam hubungan tidak langsung antara kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan, kinerja keuangan dapat dijadikan variabel intervening.

Persamaan

- a. Meneliti kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan.
- b. Informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yakni berupa laporan keuangan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan dan dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia.

Perbedaan

- a. Populasi yang digunakan penelitian terdahulu adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta dan menerbitkan laporan keuangan pada tahun 2010 sampai 2011. Sedangkan penelitian sekarang meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2014.

- b. Penelitian saat ini tidak meneliti pengaruh *environmental performance* terhadap nilai perusahaan, tetapi meneliti pengaruh *Environmental Performance* dan kepemilikan asing terhadap *CSR disclosure* dan *financial performance*.

3. Fanny Malinda (2013)

Menguji pengaruh *Environmental Performance* terhadap *Financial Performance* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Environmental Performance* yang diproksikan dengan Sertikasi ISO 14001 tidak berpengaruh terhadap *DER*. Meskipun perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebagian besar menandatangani sertikasi ISO 14001, namun hal ini tidak berdampak pada *Environmental Performance* perusahaan yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio*. Hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan variabel *Environmental Performance* berpengaruh positif signifikan terhadap *Earning per Share* (EPS). Penelitian ke dua menunjukkan *Environmental Performance* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Debt to Equity Ratio*.

Persamaan

- a. Meneliti *Environmental Performance* terhadap *Financial Performance* dan populasi penelitian menggunakan perusahaan manufaktur.
- b. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Perbedaan

- a. Penelitian terdahulu hanya meneliti pengaruh *Environmental Performance* terhadap *CSR disclosure* dan *Financial Performance*.
- b. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi Dummy.

4. Puji Asih (2013)

Meneliti pengaruh kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel *intervening* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2009-2011). Hasil penelitian terdahulu variabel kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Variabel kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara tidak langsung dapat mempengaruhi hubungan kinerja lingkungan dengan kinerja keuangan.

Persamaan

- a. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana data yang digunakan merupakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan tahun perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia.
- b. Salah satu teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dimana cara pengambilan subjek bukan didasarkan pada strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya kriteria tertentu, untuk itu ditetapkan beberapa sampel berdasarkan kriteria tertentu (Arikunto, 2006:139)

Perbedaan

- a. Variabel independen dalam penelitian terdahulu hanya menggunakan kinerja lingkungan saja, sedangkan penelitian saat ini menambahkan kepemilikan asing.

5. Intan Pratiwi, Nurleli dan Epi fitriah (2013)

Menguji pengaruh kinerja lingkungan dan pengungkapan lingkungan terhadap kinerja keuangan (studi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mengikuti PROPER pada tahun 2010-2013). Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penelitian pertama, kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Penelitian kedua menunjukan bahwa pengungkapan lingkungan berpengaruh terhadap kinerja lingkungan.

Persamaan

- a. Menguji pengaruh *environmental performance* terhadap *financial performance*.
- b. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*
- c. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan dokumentasi dan menggunakan data skunder secara online.

Perbedaan

- a. Penelitian terdahulu meneliti perusahaan pertambangan batu bara yang terdaftar di BEI sedangkan penelitian sekarang menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

- b. Penelitian terdahulu hanya menggunakan kinerja keuangan sebagai variabel dependen sedangkan penelitian saat ini menggunakan *CSR Disclosur financial performance*.

6. Rizki Anshari Rafianto (2013).

Menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan (studi pada sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2010-2012). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable independen CSR dan kinerja lingkungan secara simultan tidak berpengaruh terhadap *Return on Asset*, *Return on Equity*, *Earning per Share*. Kinerja lingkungan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset*. *Corporate Social Responsibility* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset*. Kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity*. Kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Earning per Share*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *Earning per share*. Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR dan kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2012, sedangkan penelitian sekarang meneliti perusahaan manufaktur.

Persamaan

- a. Penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menguji *Environmental Performance* dan kepemilikan asing terhadap *Corporate Financial Performance*.

Perbedaan

- a. Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen pengaruh pengungkapan CSR dan kinerja lingkungan sedangkan penelitian saat ini menggunakan *Environmental Performance* dan kepemilikan asing.
- b. Populasi yang digunakan adalah perusahaan pertambangan, sedangkan penelitian saat ini menggunakan populasi perusahaan manufaktur.

7. Bellinda Septiana Syam Putri (2012).

Pengaruh kinerja lingkungan dan *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* terhadap kinerja finansial perusahaan (studi empiris pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar dalam BEI tahun 2009-2012). Hasil penelitian terdahulu menunjukkan kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial. *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial yang diprosikan kinerja pasar (*Return Industri*).

Persamaan

- a. Meneliti pengaruh *Environmental Performance* terhadap *Financial Performance*.

Perbedaan

- a. Populasi yang digunakan penelitian terdahulu meneliti perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI, sedangkan penelitian saat ini menggunakan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
- b. Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen Kinerja Lingkungan dan *CSR Disclosure*, sedangkan variabel dependennya adalah Kinerja Keuangan. Penelitian sekarang meneliti pengaruh *Environmental Performance* dan kepemilikan asing terhadap *CSR Disclosure* dan *Corporate Financial Performance*.

8. Ala' Rahmawati dan Tarmizi Achmad (2012)

Menguji pengaruh kinerja lingkungan terhadap *Corporate Financial Performance* dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai variabel *Intervening*. Hasil penelitian terdahulu adalah kinerja lingkungan PROPER perusahaan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kinerja finansial, yang berarti bahwa penilaian kinerja lingkungan oleh KLH bukan yang menentukan peningkatan harga saham dan pembagian dividen. Kinerja lingkungan perusahaan PROPER berpengaruh signifikan positif terhadap CSR. Hal ini berarti bahwa penilaian kinerja lingkungan oleh KLH akan memberikan pengungkapan sosial yang lebih luas pada perusahaan. Kinerja lingkungan, CSR disclosure secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja

finansial, yang berarti bahwa pengungkapan sosial yang lebih luas oleh manajemen akan memberikan peningkatan pada harga saham di bursa saham.

Persamaan

- a. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

Perbedaan

- a. Penelitian sekarang menambahkan kepemilikan asing sebagai variabel independen sedangkan penelitian terdahulu hanya meneliti *Environmental Performance* saja.

9. Erista Eka dkk (2011).

Menguji pengaruh kinerja lingkungan dan kepemilikan asing terhadap kinerja finansial perusahaan. Hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap *CSR Disclosure*. Kepemilikan asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *CSR Disclosure*. Kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja finansial perusahaan. Kepemilikan asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja finansial perusahaan.

Persamaan

- a. Menguji pengaruh *Environmental Performance* dan kepemilikan asing terhadap *Financial Performance*. Populasi yang digunakan yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Perbedaan

- a. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan-perusahaan peserta PROPER pada periode tahun 2005 dan 2007.
- b. Data yang digunakan penelitian terdahulu menggunakan data yang telah dikumpulkan akan diolah dan dianalisis menggunakan *software* SmartPLS.

10. Aldilla Noor R dan Dian Agustia (2009)

Meneliti pengaruh kinerja lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* dan kinerja finansial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Hasil penelitian terdahulu membuktikan bahwa kinerja lingkungan yakni usaha perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik. Hasil ke dua menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja finansial perusahaan. Hasil yang ke tiga menunjukkan bahwa *CSR Disclosure* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja finansial perusahaan. Hasil ke empat menunjukkan bahwa *CSR Disclosure* dapat berfungsi sebagai variabel *intervening* dalam pengaruh tidak langsung kinerja lingkungan terhadap kinerja finansial.

Persamaan

- a. Populasi penelitian dengan meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

- b. Menguji pengaruh *Environmental Performance* terhadap *Financial Performance*.

Perbedaan

- a. Variabel independen penelitian terdahulu adalah kinerja lingkungan dan variabel dependennya adalah *CSR Disclosure* dan kinerja keuangan, Sedangkan penelitian saat ini menggunakan *Environmental Performance* dan kepemilikan asing sebagai variabel independen, *CSR Disclosure* dan *Corporate Financial Performance* sebagai variabel dependen.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Agency Theory

Penelitian ini menggunakan *Agency Theory* yang dikembangkan oleh Jensen, M. C, and W. H. Meckling (1976). Menurut Brigham (2011), teori keagenan merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis perusahaan selama ini. Teori tersebut berakar dari sinergi teori ekonomi, teori keputusan sosiologi, dan teori organisasi. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer. Pemisahan pemilik dan manajemen di dalam literatur akuntansi disebut dengan *Agency Theory*. Teori ini merupakan salah satu teori yang muncul dalam perkembangan riset akuntansi yang merupakan modifikasi dari perkembangan modal akuntansi keuangan dengan menambahkan aspek perilaku manusia dalam model ekonomi.

2.2.2 Corporate Financial Performance

Kinerja merupakan gambaran prestasi yang dicapai perusahaan dalam kegiatan operasionalnya baik menyangkut aspek keuangan, aspek pemasaran, aspek penghimpunan dana dan penyaluran dana, aspek teknologi, maupun aspek sumber daya manusianya (Jumingan, 2006:239). Menurut Sucipto (2003), pengertian kinerja keuangan yakni penentuan ukuran - ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan laba.

Sementara itu menurut IAI (2007), dikemukakan bahwa kinerja keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumber daya yang dimilikinya. Pengertian kinerja keuangan suatu perusahaan menunjukkan kaitan yang cukup erat dengan penilaian mengenai sehat atau tidak sehatnya suatu perusahaan.

Informasi keuangan dibutuhkan oleh investor berupa informasi kuantitatif dan kualitatif baik yang bersumber dari pihak internal perusahaan (manajemen) maupun pihak eksternal perusahaan. Informasi keuangan internal merupakan data akuntansi perusahaan yang dapat berupa penjualan, profit margin, pendapatan operasional, aktiva, dan lain-lain. Sedangkan informasi keuangan eksternal berupa kajian dari para analis dan konsultan keuangan yang dipublikasikan. Selain informasi keuangan, informasi non keuangan juga dapat digunakan sebagai dasar pengukuran kinerja perusahaan, seperti kepuasan pelanggan atas layanan perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007). Kinerja perusahaan adalah suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisien dan efektivitas

dari aktivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu tertentu. Menurut Fahmi (2011:84) pengertian kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Sedangkan menurut IAI (2007) kinerja keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumberdaya yang dimilikinya.

Pengukuran Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja keuangan digunakan perusahaan untuk menilai pengelolaan aset perusahaan dan manajemen perusahaan dituntut untuk melakukan perbaikan kinerja keuangannya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Analisis Rasio Keuangan

1. Pengertian Analisis Rasio Keuangan

Analisis Rasio Keuangan atau *Financial Ratio* adalah merupakan suatu alat analisa yang digunakan oleh perusahaan untuk menilai kinerja keuangan berdasarkan data perbandingan masing-masing pos yang terdapat di laporan keuangan seperti Laporan Neraca, Rugi / Laba, dan Arus Kas dalam periode tertentu.

Analisis rasio keuangan adalah analisis yang menghubungkan perkiraan neraca dan laporan laba rugi terhadap satu dengan yang lain, yang memberikan gambaran tentang sejarah perusahaan serta penilaian terhadap keadaan suatu perusahaan tertentu. Analisis rasio keuangan memungkinkan manajer keuangan

meramalkan reaksi para calon investor dan kreditor serta dapat ditempuh untuk memperoleh tambahan dana. (Zaki Baridwan, 1997 : 17)

2. Jenis Rasio Keuangan

Ada beberapa jenis rasio keuangan yang sering dipakai, menurut Bambang Riyanto (2001: 330) Apabila dilihat dari sumbernya rasio dapat digolongkan dalam 3 golongan, yaitu:

1. Rasio-rasio Neraca, yaitu rasio-rasio yang disusun dari data yang berasal dari neraca, misalnya *Current Ratio*, *Acid-test Ratio*, dan lain sebagainya.
 2. Rasio-rasio Laporan Laba Rugi, yaitu rasio-rasio yang disusun dari data yang berasal dari *Income Statement*, misalnya *Gross Profit Margin*, *Net Operating Margin*, dan lain sebagainya.
 3. Rasio-rasio antar Laporan, yaitu rasio-rasio yang disusun dari data yang berasal dari neraca dan data lainnya berasal dari *Income Statement*, misalnya *Assets Turnover*, *Inventory Turnover*, dan lain sebagainya.
3. Penggolongan berdasarkan tujuan penganalisis
1. Rasio likuiditas adalah Rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kemampuan finansialnya dalam jangka pendek.
 2. Rasio solvabilitas adalah Rasio untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan memenuhi semua kewajiban finansial jangka panjang.
 3. Rasio profitabilitas adalah Rasio untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan nilai penjualan, aktiva, dan modal sendiri.

4. Rasio Aktifitas atau *Activity Ratio* adalah Rasio untuk mengukur seberapa efektif perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya.

Menurut Mamduh M. Hanafi (1996 : 75) rasio keuangan dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. Rasio likuiditas, yang menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya.
2. Rasio aktivitas, yang menunjukkan sejauh mana efektivitas penggunaan aset dengan melihat tingkat aktivitas aset.
3. Rasio solvabilitas, mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjangnya.
4. Rasio profitabilitas, melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba

2.2.3 *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Corporate social Responsibility merupakan komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam perkembangan ekonomi, mempekerjakan dengan pegawai, keluarga, komunitas lokal, dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup (KPMG, 2005). *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka. *Corporate Social Responsibility* (CSR) bisa dikatakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas

kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.

Pengertian dan konsep CSR terus mengalami perkembangan, pakar akuntansi Davis dan Frederick (1992) menyatakan bahwa CSR adalah sebagai kewajiban organisasi bisnis atau perusahaan untuk mengambil bagian dalam kegiatan yang bertujuan melindungi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan di samping kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk kepentingan organisasi itu sendiri. Kemudian Farmer dan Hogue menyatakan bahwa *“Social responsibility action by a corporation are action that, when judged by society in the future, are seen to have been maximum help in providing necessary amounts of desired goods and service at minimum financial and social cost, distributed as equitably as possible”*. Dalam hal ini Farmer dan Hogue lebih menekankan bahwa CSR adalah komitmen perusahaan untuk mampu memberikan apa yang masyarakat inginkan.

Pengertian atau definisi diatas dapat disimpulkan bahwa CSR adalah sebagai komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajiban yang didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memperhatikan kepentingan para *stakeholders* dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitasnya yang berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku.

Kotler dan Lee (2005), terdapat enam alternatif program CSR yang dapat dipilih perusahaan dengan mempertimbangkan tujuan perusahaan, tipe program, keuntungan potensial yang akan diperoleh, serta tahap-tahap kegiatan. Kotler dan Lee dalam Solihin (2008) menyebutkan enam kategori program, diantaranya:

1. *Cause Promotions*
2. *Cause Related Marketing*
3. *Corporate Societal Marketing*
4. *Corporate Philanthropy*
5. *Community Volunteering*
6. *Socially Responsible Business Practice*

CSR Cause Promotions

Perusahaan yang menggunakan jenis program CSR *Cause Promotions* menyediakan sejumlah dana sebagai bentuk kontribusi CSR atau sumber daya lainnya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat (*awareness*) terhadap suatu masalah sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau dalam rangka merekrut relawan (*volunteer*) untuk mendukung masalah sosial tersebut. Perusahaan dapat menginisiasi dan mengelola sendiri kegiatan *Cause Promotion* ini seperti yang dikemukakan Kotler (2005:23): “*The corporation may initiate and manage the promotion on its own*”

Perusahaan menjadikan program CSR *Cause Promotions* sebagai fokus utama dalam mewujudkan tujuan komunikasi perusahaan berikut ini :

1. *Building awareness and concern*, perusahaan berusaha membangun kesadaran dan kepedulian masyarakat dengan menampilkan data statistik dan fakta seperti mempublikasikan angka gizi buruk di Indonesia

2. *Persuading people to find out more*, perusahaan berusaha menarik minat masyarakat untuk mengetahui masalah sosial yang diangkat lebih dalam dengan web terkait, brosur atau tool kitlainnya.

Berbagai keuntungan potensial dapat diperoleh perusahaan dengan melaksanakan kegiatan *Cause Promotions*, adalah memperkuat *brand positioning* perusahaan, memberikan peluang kepada para karyawan perusahaan untuk terlibat dalam suatu kegiatan sosial yang menjadi kepedulian mereka, menciptakan kerjasama antara perusahaan dengan pihak-pihak lain serta meningkatkan citra perusahaan (*corporate image*).

CSR program *Cause Related Marketing* (CRM)

Perusahaan yang mengimplementasikan CSR dengan Jenis *program Cause Related Marketing* (CRM), berkomitmen untuk menyumbangkan presentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk. Seperti yang dilakukan Bakrie Telecom melalui Bakrie Untuk Negeri dengan menyerahkan donasi 1,3 miliar yang disisihkan Rp 10 ribu dari setiap hasil penjualan Hape Esia Slank bagi masyarakat Sumatera Barat. Donasi tersebut digunakan untuk melakukan pembangunan maupun perbaikan berbagai fasilitas kesehatan, pendidikan dan ibadah di 4 (empat) wilayah Sumatera Barat: Padang, Pasaman, Padang Pariaman dan Pariaman.

Keuntungan potensial dari program CSR CRM adalah bergabungnya pelanggan baru melalui pelaksanaan CRM, terjangkaunya ceruk pasar (*market*

niche) tertentu, dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan serta membangun identitas merek yang positif di mata pelanggan.

CSR Corporate Social Marketing

Program *Corporate Social Marketing* (CSM), perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk merubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kampanye CSM lebih banyak terfokus untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan beberapa isu yakni isu kesehatan, perlindungan terhadap kecelakaan/ kerugian, lingkungan serta keterlibatan masyarakat (Kotler dan Solihin: 2008)

Keuntungan yang diperoleh perusahaan melalui program CSM tersebut yaitu meningkatnya brand positioning atau penguatan merek perusahaan di mata konsumen, mendorong peningkatan penjualan, mendorong antusiasme partner perusahaan untuk mendukung program ini, serta memberikan dampak nyata pada perubahan sosial.

CSR Corporate Philanthropy

Perusahaan dengan program *Corporate Philanthropy* memberikan kontribusi langsung secara cuma-cuma (*charity*) dalam bentuk hibah tunai, sumbangan dan sejenisnya. *Corporate Philanthropy* adalah tindakan perusahaan untuk memberikan kembali kepada masyarakat sebagian dari kekayaannya sebagai ungkapan terima kasih atas kontribusi masyarakat.

Corporate Philanthropy pada umumnya berkaitan dengan masalah sosial yang menjadi prioritas perhatian perusahaan, diantaranya dalam bentuk sebagai berikut:

1. *Providing cash donations*, program CSR dalam bentuk donasi tunai seperti yang dilakukan Telkomsel dengan menyalurkan dana Rp 1,6 miliar untuk 55 yayasan dalam rangkaian kegiatan Safari Ramadhan tahun 2010. Dari total itu, sejumlah Rp 152,5 juta untuk lima yayasan mulai dari panti asuhan, jompo dan lembaga pemasyarakatan.
2. *Offering grants*, dalam bentuk bantuan hibah seperti yang dilakukan PKBL PT Petrokimia Gresik melalui Program Desa Model PKBL-CSR, dengan memberikan bantuan hibah sarana pendukung usaha pertanian dan peternakan berupa hand tractor dan alat pencacah rumput kepada wakil masyarakat Desa Pinggir, Kecamatan Balongpang, kabupaten Gresik.
3. *Awarding scholarships*, perusahaan memberikan beasiswa. Sebagai contoh PT. Djarum dalam program Djarum Scholarship Plus. Beasiswa menyediakan pelatihan *soft skill* dan mendorong pengembangan karakter melalui seminar kepemimpinan dan kewirausahaan, sesi *outbound*, praktis pelatihan keterampilan, dan kegiatan lainnya. Sejak awal program, lebih dari 6.000 penerima Beasiswa Djarum telah berhasil memperoleh mereka gelar Sarjana pada 71 universitas diseluruh Indonesia
4. *Donating products*, berupa pemberian donasi produk yang diproduksi oleh perusahaan sebagaimana yang dilakukan Tupperware Indonesia melalui program CSR “Aku Anak Sehat 2009” dengan memberikan edukasi

kepada anak-anak Indonesia akan pentingnya menjaga kesehatan dan kebersihan diri serta lingkungan. Dengan memperkenalkan lebih dekat produk Tupperware ke anak-anak dan orangtua, yaitu penggunaan wadah Tupperware untuk membawa bekal sehat dan bersih untuk anak-anak. Anak sekolah yang mendapatkan kesempatan mendapatkan program ini mendapatkan *goody bag* untuk dibawa pulang dan *bounce back* yang dapat ditukarkan dengan 1 produk Tup Tumbler jika orangtua murid (Ibu) menghadiri *assembly* di kantor distributor Tupperware.

5. *Donating services*, pemberian layanan oleh perusahaan seperti layanan kesehatan yang dilakukan PT Indosat dengan program Mobil Klinik Sehat Keliling di 8 wilayah Indonesia.
6. *Providing technical expertise and offering use equipment*, pemberian kontribusi perusahaan dengan jasa keahlian dan pemakaian peralatan secara cuma-cuma. Sebagai contoh Program *Broadband Learning Center* (BLC) PT Telkom. BLC dapat dimanfaatkan sebagai tempat latihan teknologi informasi bagi pelajar dan masyarakat, mulai dari playgroup, TK beserta orang tuanya, serta pelajar SD, SMP, SMA hingga mahasiswa. Aktifitas yang dapat dilakukan antara lain free warung internet dan pelatihan siswa-siswa sekolah yang dibimbing trainer dan asisten.

Keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan dari pelaksanaan program *Corporate Philanthropy* adalah meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat masa depan perusahaan melalui penciptaan citra yang baik di mata publik serta memberi dampak bagi penyelesaian masalah sosial dalam komunitas lokal.

Community Volunteering

Melalui program *Community Volunteering*, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, para pemegang *franchise* atau rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

Keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan melalui kegiatan *Community Volunteering*, adalah terciptanya hubungan yang tulus antara perusahaan dengan komunitas, memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan serta meningkatkan kepuasan dan motivasi karyawan.

Socially Responsible Business Practice (SRBP)

Socially Responsible Business Practice (SRBP), menurut Kotler (2005:208) adalah: “*where the corporation adapts and conducts discretionary business practices and investments that support social causes to improve community well being and protect the environment*”. (praktek bisnis di mana perusahaan melakukan investasi yang mendukung pemecahan suatu masalah sosial untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dan melindungi lingkungan)

Perusahaan telah melakukan praktek bisnis melampaui standar etika yang telah ditetapkan berdasarkan regulasi. Komunitas yang dimaksud diatas diantaranya adalah karyawan perusahaan, pemasok, distributor, organisasi nirlaba dan sektor publik yang menjadi mitra perusahaan, serta masyarakat secara umum. kesejahteraan yang dimaksud adalah kesehatan, keselamatan, serta pemenuhan akan kebutuhan psikologis dan emosional.

Socially Responsible Business Practice, mencakup hal-hal berikut:

1. *Designing facilities*, membuat fasilitas yang sesuai dengan standar keamanan yang direkomendasikan. Seperti Program Konservasi Energi dan Air yang dilaksanakan di lingkungan PT TASPEN di seluruh Indonesia. Agar program ini berjalan lancar, direksi meminta kantor pusat dan kantor cabang menunjuk petugas untuk mengawasi dan membuat laporan. Hasil laporan itu nantinya disampaikan ke divisi umum.
2. *Developing process improvements*, mengembangkan kegiatan pengurangan sampah dan mengolahnya kembali. PT Freeport Indonesia menjalankan program 3-R (*Reuse, Reduce dan Recycle*) di seluruh wilayah operasi perusahaan, dengan mewajibkan pendauran ulang sejumlah bahan plastik, peranca kayu, drum dan kertas yang ditemukan di wilayah operasi. Salah satu kegiatannya adalah dengan mengubah kertas bekas menjadi kartu ucapan Natal yang dibagikan kepada Direksi dan mitra.
3. *Discontinuing product offerings*, dengan menghentikan penawaran produk yang membahayakan kesehatan manusia. Levi's dan H&M menghentikan produksi jeans dengan efek pudar (*sandblasting*) dikarenakan sejak tahun 2005-2009, 40 pekerja garmen di Turki mati karena penyakit paru-paru, akibat paparan crystalline silica, bahan kimia yang digunakan untuk menciptakan efek pudar tersebut.
4. *Choosing manufacturing and packaging materials*, memilih pemasok yang menggunakan material ramah lingkungan.

5. *Developing programs to support employee well being*, yaitu mengembangkan berbagai program untuk menunjang terciptanya kesejahteraan karyawan seperti mengadakan *Employee Assistance Programs* (EAP) IBM Indonesia dalam membantu karyawannya meningkatkan kesejahteraan dengan program konsultasi bagi para karyawan IBM dan keluarganya.

Menurut ISO 26000 tentang CSR, ditetapkan adanya 7 (tujuh) prinsip CSR sebagai perilaku perusahaan yang didasarkan atas standar dan panduan berperilaku dalam konteks situasi tertentu. Ketujuh prinsip tersebut adalah:

1. Akuntabilitas; hal ini terlihat dari perilaku organisasi yang berkaitan dengan masyarakat dan lingkungan.
2. Transparansi; hal ini terlihat dari pengambilan keputusan dan aktivitas yang berdampak terhadap pihak lain (stakeholders).
3. Perilaku etis; hal ini berkaitan dengan perilaku etis perusahaan sepanjang waktu.
4. Stakeholders; hal ini berkaitan dengan penghargaan dan mempertimbangkan kepentingan *stakeholders*.
5. Aturan hukum; berkaitan dengan penghormatan dan kepatuhan terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
6. Norma internasional; terutama berkaitan dengan penghormatan dan penghargaan terhadap norma internasional, terutama berkaitan dengan norma yang lebih mendukung pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, dan

7. Hak asasi manusia; berkaitan dengan pemahaman mengenai arti penting hak asasi manusia (HAM) sebagai konsep universal.

Selain pendapat ISO 26000, sebagai pegangan dalam melaksanakan CSR dapat juga mengacu pada *Global Compact* (GC) yang dideklarasikan oleh Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB) pada tahun 2000. GC mengelompokkan prinsip CSR atas 4 (empat) yaitu sebagai berikut :

1. *Human Rights* :

Principle 1 : Perusahaan mendukung dan menghormati perlindungan terhadap deklarasi internasional tentang hak azasi manusia;

Principle 2 : Tidak terlibat dalam penyalahgunaan hak azasi manusia.

2. *Labour Standards* :

Principle 3 : Perusahaan menjunjung tinggi kebebasan untuk berkumpul dan bermusyawarah;

Principle 4 : Penghapusan semua tekanan terhadap tenaga kerja;

Principle 5 : Penghapusan buruh anak;

Principle 6 : Penghapusan diskriminasi terhadap pekerjaan dan jabatan.

3. *Environment* :

Principle 7 : Perusahaan mendukung pencegahan perusakan lingkungan;

Principle 8 : Berinisiatif mempromosikan tanggung jawab lingkungan;

Principle 9: Mendorong pengembangan teknologi ramah lingkungan.

4. *Anti-Corruption* :

Principle 10 : Perusahaan harus melawan korupsi dalam semua bentuk, mencakup pemerasan dan penyuapan.

Pengukuran CSR *Disclosure* dengan menggunakan laporan tahunan memerlukan acuan informasi (*information guideline*). Acuan informasi laporan CSR adalah *sustainability reporting guidelines* (SGR), yang dikeluarkan oleh *global reporting initiative* (GRI). Penelitian ini menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu : ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan produk. Dari ke enam indikator tersebut terdapat di dalam GRI (*global reporting initiative*) yang digunakan dalam penelitian yaitu:

1. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environmental performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Ekonomi (*economid performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Hak Asasi (*human rights performance indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk (*product responsibiliti performance indicator*)

Penelitian ini akan menjabarkan standar pengungkapan pertanggung jawaban sosial yang akan dilakukan oleh perusahaan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut: (Haniffa et al, 2005 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007)

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$: Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan j

n_j : jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

X_{ij} : dummy variabel: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan dengan demikian, $0 \leq CSRI_j \leq 1$

2.2.4 *Environmental Performance*

Environmental performance (kinerja lingkungan) merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan (Rakhmawati 2012). Sedangkan menurut Suratno dkk (2006), kinerja lingkungan perusahaan (*environmental performance*) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik. *Environmental performance* diukur dari prestasi perusahaan mengikuti program PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup). Program ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat sehingga perusahaan yang dinilai akan memperoleh insentif maupun disinsentif reputasi tergantung pada tingkat ketaatannya.

Kementerian lingkungan hidup Indonesia menjelaskan bahwa kinerja lingkungan adalah hasil dari kebijakan pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan hidup terintegrasi, guna mendukung tercapainya pembangunan berkelanjutan, dengan menekankan pada ekonomi hijau (www.menlh.go.id). Hal

tersebut sejalan dengan pernyataan Suratno, (2006) bahwa environmental performance adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Menurut Lankoski, (2000) konsep kinerja lingkungan merujuk pada tingkat kerusakan lingkungan hidup yang disebabkan oleh kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tingkat kerusakan lingkungan yang lebih rendah menunjukkan kinerja lingkungan perusahaan yang lebih baik. Begitu juga sebaliknya, semakin tinggi tingkat kerusakan lingkungannya maka semakin buruk kinerja lingkungan perusahaan tersebut. Sedangkan menurut Sturm (1998) dalam Astuti (2013) kinerja lingkungan adalah hasil dari sistem manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya.

Sebagai makhluk sosial, manusia berinteraksi dan memerlukan pengakuan atau reputasi agar eksistensinya diakui. Industri yang tidak beroperasi dengan bertanggung jawab dapat dihukum oleh masyarakat dengan tidak memberikan “izin sosial” bagi industri tersebut. Tanpa izin sosial, industry tidak dapat beroperasi dengan nyaman, bahkan pada tingkat interaksi tertentu, industri harus membayar ongkos yang tinggi untuk menangani ketidakharmonisan hubungan dengan masyarakat. Waktu, tenaga dan aset yang semestinya digunakan untuk aktivitas yang menghasilkan laba, ternyata harus habis untuk berurusan dengan masalah sosial. Industri sebagai pengejawantahan orang-orang yang ada di dalamnya, akan merasa tidak nyaman kalau teralienasi dari lingkungan sosialnya.

Sedangkan pasar akan menghukum perusahaan yang mempunyai reputasi jelek dibidang lingkungan dengan mekanisme *supply-and-demand*-nya. Konsumen yang sadar lingkungan akan memilih produk dan jasa yang ramah

lingkungan. Jumlah konsumen jenis ini dengan semakin tingginya kesadaran masyarakat terhadap perlindungan lingkungan semakin banyak jumlahnya. Industri yang mempunyai reputasi buruk dalam pengelolaan lingkungan akan ditinggalkan pasar. Jika industry tersebut menjual sahamnya ke publik, maka nilai asetnya akan mengalami depresiasi karena dianggap mempunyai risiko usaha yang tinggi. Risiko akibat kemungkinan membayar kompensasi bagi pencemaran dan kerusakan lingkungan yang diakibatkannya, atau juga membayar proses litigasi yang dihadapinya, atau juga menghadapi tuntutan ganti rugi dari masyarakat yang terkena dampak sangat tinggi. Pemegang saham tidak ingin uangnya habis untuk membiayai masalah tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, maka PROPER dikembangkan dengan beberapa prinsip dasar, yaitu peserta PROPER bersifat selektif, yaitu untuk industri yang menimbulkan dampak penting terhadap lingkungan dan peduli dengan citra atau reputasi. PROPER memanfaatkan masyarakat dan pasar untuk memberikan tekanan kepada industri agar meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan. Pemberdayaan masyarakat dan pasar dilakukan dengan penyebaran informasi yang kredibel, sehingga dapat menciptakan pencitraan atau reputasi. Informasi mengenai kinerja perusahaan dikomunikasikan dengan menggunakan warna untuk memudahkan penyerapan informasi oleh masyarakat. Peringkat kinerja usaha dan atau kegiatan yang diberikan terdiri dari:

1. Emas adalah untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses

produksi atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.

2. Hijau adalah untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (*beyond compliance*) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisien dan melakukan upaya tanggung jawab sosial dengan baik.
3. Biru adalah untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Merah adalah upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
5. Hitam adalah untuk usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

2.2.5 Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing adalah presentase kepemilikan saham perusahaan oleh investor asing. Kepemilikan asing dianggap sebagai pihak yang memiliki kepedulian yang tinggi terhadap program corporate social responsibility (CSR). Struktur kepemilikan perusahaan timbul akibat adanya perbandingan jumlah

pemilik saham dalam perusahaan. Sebuah perusahaan dapat dimiliki oleh seseorang secara individu, keluarga, masyarakat luas (publik), pemerintah, pihak asing, maupun orang dalam perusahaan tersebut (manajerial) (Gabriella, 2011).

Suatu perusahaan yang memiliki kepemilikan asing dapat memiliki pengaruh yang baik bagi kinerja perusahaan, dilihat dari wawasan dan keahlian investor asing yang lebih baik dan teknologi yang lebih canggih dikarenakan memang antara pihak manajemen dan pihak asing saling membutuhkan dan memiliki tujuan yang sama, otomatis investor asing akan mendukung manajemen dalam mengelola modal intelektual. Kepemilikan asing dapat mengawasi manajemen laba dan kegiatan *maximizing* dan mendukung kebijakan pengelolaan modal intelektual yang jika dilakukan dengan baik dan secara optimal akan menghasilkan keuntungan jangka panjang (Gelisha, 2011)

Menurut Undang-undang No. 25 Tahun 2007 pada pasal 1 angka 6 kepemilikan asing adalah perseorangan warga negara asing, badan usaha asing, dan pemerintah asing yang melakukan penanaman modal di wilayah Republik Indonesia

Perusahaan dengan persentase kepemilikan asing yang tinggi diduga dapat meningkatkan kinerja perusahaan karena manajemen dengan kepemilikan asing dapat lebih fokus dan lebih efisien dalam mengarahkan kegiatan operasional perusahaan, sehingga tujuan memaksimalkan profit dapat tercapai. Saat ini banyak perusahaan-perusahaan besar di Indonesia yang menjual sahamnya kepada investor asing, dan menjadi PMA (Perusahaan milik asing). Hal tersebut

mengasumsikan pandangan positif bahwa penjualan tersebut akan meningkatkan kinerja sekaligus dapat menciptakan kompetisi yang lebih sehat di Indonesia. Kepemilikan asing merupakan proporsi saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagian-bagiannya yang berstatus luar negeri. Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap concern terhadap peningkatan good corporate governance (Simerly & Li, 2001; Fauzi, 2006).

Penelitian ini menggunakan data mengenai kepemilikan asing berupa presentase yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Ada beberapa alasan mengapa perusahaan yang memiliki kepemilikan asing harus memberikan pengungkapan yang lebih dibandingkan dengan yang tidak memiliki kepemilikan saham asing (Susanto, 1992 dalam Angling, 2010) sebagai berikut :

1. Perusahaan asing mendapatkan pelatihan yang lebih baik dalam bidang akuntansi dari perusahaan induk di luar negeri
2. Perusahaan tersebut mungkin punya sistem informasi yang lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan internal dan kebutuhan perusahaan induk
3. Kemungkinan permintaan yang lebih besar pada perusahaan berbasis asing dari pelanggan, pemasok, dan masyarakat umum

Struktur kepemilikan asing dapat diukur sesuai dengan proporsi saham biasa yang dimiliki oleh asing, dapat dirumuskan :

$$\text{Kepemilikan Asing} = \frac{\text{jumlah kepemilikan saham oleh pihak asing}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

Total saham asing adalah jumlah presentase saham yang dimiliki oleh pihak asing pada akhir tahun. Sedangkan total saham yang beredar, dihitung dengan menjumlahkan seluruh saham yang diterbitkan oleh perusahaan pada akhir tahun.

2.3 Hubungan antara Variabel Independen dan Dependen

1. Pengaruh *Environmental Performance* terhadap *CSR Disclosure*

Kepedulian terhadap lingkungan harus selalu dilakukan oleh perusahaan sehingga keberadaan perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Salah satu caranya yaitu dengan melakukan kinerja lingkungan sebaik mungkin. Perusahaan yang telah melakukan kinerja lingkungan dengan baik maka akan mengungkapkannya dalam laporan sosial perusahaan untuk memberikan bukti kontribusi sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan. Semakin naik kualitas kinerja suatu perusahaan terhadap lingkungan dan kemudian mengungkapkan kinerjanya tersebut ke dalam laporan tahunannya, akan semakin baik pula perusahaan di mata para investor maupun masyarakat.

Ala' Rahmawati dan Tarmizi Achmad (2012) menemukan hubungan positif signifikan antara kinerja lingkungan perusahaan PROPER terhadap CSR. Hal ini berarti bahwa penilaian kinerja lingkungan oleh KLH akan memberikan pengungkapan sosial yang lebih luas pada perusahaan. Kinerja lingkungan, CSR disclosure secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja finansial, yang berarti bahwa pengungkapan sosial yang lebih luas oleh manajemen akan memberikan peningkatan pada harga saham di bursa saham.

2. Pengaruh *Environmental Performance* terhadap *Corporate Financial Performance*

Perusahaan yang memiliki *environmental performance* dan *financial performance* yang baik akan menarik para investor untuk berinvestasi. *environmental* merupakan kinerja untuk menciptakan lingkungan yang baik atau ketika suatu perusahaan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan lingkungan maka secara otomatis akan membangun citra yang baik di mata para stakeholder sehingga perusahaan akan mendapatkan respon positif oleh pasar karena telah peduli terhadap lingkungan. Selain itu para investor juga akan merespon melalui fluktuasi harga saham. Peningkatan harga saham merupakan cermin dalam pencapaian kinerja keuangan.

Rizki Anshari Rafianto (2013) menemukan hubungan secara parsial tidak berpengaruh signifikan kinerja lingkungan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset*.

3. Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap *CSR Disclosure*

Perusahaan yang sangat mengedepankan isu-isu sosial, maka perusahaan tersebut akan jauh lebih peka dan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dengan lebih lengkap dan terperinci. Struktur kepemilikan asing mencerminkan distribusi kekuasaan dan pengaruh di antara pemegang saham atas kegiatan operasional perusahaan.

Erista (2011) menunjukkan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *CSR disclosure*. Erista menunjukkan hasil yang positif

dan signifikan karena perusahaan dengan presentase kepemilikan asing yang besar atau perusahaan multinasional akan lebih memperhatikan kebutuhan informasi *stakeholders* yang lebih luas sehingga memberikan pengungkapan pertanggung jawaban yang lebih baik, dengan tujuan agar pengungkapan tersebut dapat memberikan *good news* bagi *stakeholders*.

4. Pengaruh kepemilikan asing Terhadap *Corporate Financial Performanve*

Perusahaan yang memiliki persentase kepemilikan asing tinggi dapat meningkatkan kinerja perusahaan karena manajemen dengan kepemilikan asing dapat lebih fokus dan lebih efisien dalam mengarahkan kegiatan operasional perusahaan, sehingga tujuan memaksimalkan laba dapat tercapai.

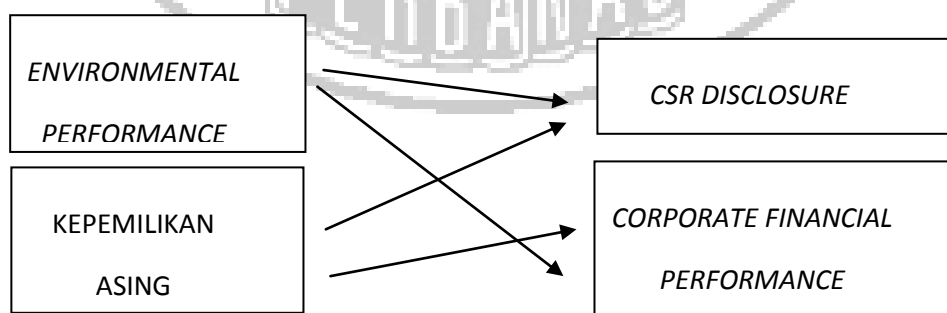
Novita Gue Dkk (2015) menemukan kepemilikan asing memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kinerja keuangan pada badan usaha milik negara (BUMN) yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI). Hasil ini menunjukan bahwa dengan adanya kepemilikan asing dalam perusahaan dapat membantu penerapan *good corporate governance*, melalui pengawasan secara aktif dalam memantau perkembangan perusahaan melalui situs perusahaan serta melakukan konfirmasi melalui telepon atas suatu *corporate actions* yang dilakukan perusahaan, sehingga manajer dapat lebih profesional dalam menghasilkan laba yang tercermin dalam kinerja keuangan.

2.4 Kerangka Penelitian

Bagi perusahaan, *financial performance* yang baik dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan kemudian dapat menarik investor untuk

menanamkan modalnya. Perusahaan yang memiliki *environmental performance* yang baik berita baik bagi investor maupun calon investor. Perusahaan yang memiliki tingkat *financial performance* yang tinggi akan direspon positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan. Harga saham perusahaan secara relatif dalam industri yang bersangkutan merupakan cerminan pencapaian *corporate financial performance*. Selain itu, perusahaan dengan persentase kepemilikan asing yang tinggi diduga dapat meningkatkan kinerja perusahaan karena manajemen dengan kepemilikan asing dapat lebih fokus dan lebih efisien dalam mengarahkan kegiatan operasional perusahaan, sehingga tujuan memaksimalkan laba dapat tercapai. Perusahaan tidak hanya memiliki kepentingan terhadap peningkatan laba (*profit*), tetapi juga memperhitungkan kepentingan dan kebutuhan kelompok masyarakat baik internal maupun eksternal. Karena, terdapat koherensi antara upaya meningkatkan profitabilitas perusahaan terhadap legitimasi perusahaan lewat peningkatan *corporate social responsibility*.

Melihat adanya hubungan dari *environmental performance* dan kepemilikan asing terhadap *CSR disclosure* dan *corporate financial performance*, maka kerangka pemikiran untuk penelitian ini disusun sebagai berikut:



Gambar 2.1 (skema kerangka pemikiran)

2.5 Hipotesis Pemikiran

Berdasarkan uraian teoritis diatas, maka hipotes yang disusun adalah sebagai berikut :

H1 : *Environmental Performance* berpengaruh positif signifikan terhadap CSR disclosure.

H2 : *Environmental Performance* berpengaruh positif signifikan terhadap corporate financial performance

H3 : Kepemilikan asing berpengaruh positif signifikan terhadap CSR disclosure.

H4 : Kepemilikan asing berpengaruh positif signifikan terhadap corporate financial performance.