

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA HIPOTESIS DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Teori

2.1.1 *Legitimacy Theory*

Teori legitimasi adalah organisasi bukan hanya harus terlihat memperhatikan hak-hak investor namun secara umum juga harus memperhatikan hak-hak publik.

Dalam usaha memperoleh legitimasi, perusahaan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pelaporan dan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan melalui pelaporan sosial dan lingkungan yang dipublikasikan. Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada masyarakat, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat. Legitimasi perusahaan dapat ditingkatkan melalui tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Selain itu, praktik

pengungkapan sosial dan lingkungan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh yang baik atau buruk. Teori legitimasi diharapkan dapat meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Laporan tahunan perusahaan digunakan sebagai informasi untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka dapat diterima oleh masyarakat. Dengan adanya kepercayaan dari masyarakat dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat mempengaruhi laba perusahaan.

Barkemeyer (2007) dalam Ningsih (2015) mengungkapkan bahwa penjelasan tentang kekuatan teori legitimasi organisasi dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan di negara berkembang terdapat dua hal yaitu: pertama, kapabilitas untuk menempatkan motif maksimalisasi keuntungan membuat gambaran lebih jelas tentang motivasi perusahaan memperbesar tanggung jawab sosialnya. Kedua, legitimasi organisasi dapat memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda.

Teori ini menyatakan bahwa perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu “*social contract*.” Teori legitimasi menyatakan bahwa keberadaan perusahaan dalam suatu area karena didukung secara politis dan dijamin oleh regulasi pemerintah serta parlemen yang juga merupakan representasi dari masyarakat. Dengan demikian, ada kontrak sosial secara tidak langsung antara perusahaan dan masyarakat yang dalam hal ini masyarakat memberi cost dan benefits untuk keberlanjutan korporasi (Andreas, 2011:6) dalam Ningsih (2015).

2.1.2 Signalling Theory

Teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Dorongan tersebut disebabkan karena terjadinya asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal. Untuk mengurangi asimetri informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan. Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan atau laporan sosial perusahaan terpisah. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan.

Teori ini menekankan kepada pentingnya informasi dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan catatan penting suatu perusahaan baik di masa lalu, saat ini, maupun di masa yang akan datang.

2.1.3 Stakeholder Theory

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder*, Ghazali dan Chariri (2007). Menurut Keraf (1998) dalam Wulandari (2014), menyatakan bahwa teori *stakeholder* merupakan teori yang bermula pada prinsip minimal, yaitu tidak merugikan hak dan kepentingan pihak yang berkepentingan manapun dalam suatu bisnis. Bisnis harus dijalankan secara

baik dan etis demi kepentingan semua pihak yang berkaitan dengan bisnis tersebut.

Timbulnya teori *stakeholder* ini lebih didasari oleh suatu keadaan (hukum) yang mengutamakan kepentingan pemegang saham dan sebaliknya, menomorduakan kepentingan pemasok, pelanggan, karyawan, dan masyarakat sekelilingnya.

Duran dan Davor (2004) dalam Ningsih (2015) berpendapat bahwa pemegang saham, para pekerja, para *supplier*, bank, para *customer*, pemerintah dan komunitas memegang peran penting dalam organisasi (berperan sebagai *stakeholder*), untuk itu perusahaan harus memperhitungkan semua kepentingan dan nilai-nilai dari para *stakeholdernya*. Teori ini menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup-matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Dua aspek penting yang dikemukakan teori *stakeholder* adalah hak (*right*) dan akibat (*effect*). Aspek utama, hak pada dasarnya menghendaki bahwa perusahaan dan para manajernya tidak boleh melanggar hak dan menentukan masa depan pihak lain (*stakeholder*). Sedangkan yang kedua, akibat, menghendaki agar manajemen perusahaan harus bertanggung jawab atas semua tindakan yang dilakukan. Pengungkapan CSR bagi suatu perusahaan bersifat penting, karena para *stakeholders* perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholders*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya.

2.1.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

World Business Council for Sustainable Development mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen berkelanjutan perusahaan untuk berkontribusi pada perkembangan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup dari tenaga kerja beserta seluruh keluarga mereka dan juga komunitas masyarakat secara luas. *Corporate Social Responsibility* memiliki tiga aspek, yaitu aspek *profit, people, planet* yang berarti perusahaan tidak hanya diharapkan mampu menghasilkan laba bagi perusahaan tetapi juga harus memperhatikan masyarakat yang ada di sekitar perusahaan sekaligus menjaga lingkungan sekitar perusahaan berdiri.

Menurut Cheng dan Christiawan (2011), banyak manfaat yang dapat diperoleh atas aktivitas CSR seperti, meningkatkan penjualan dan *market share*, memperkuat *brand positioning*, meningkatkan citra perusahaan, menurunkan biaya operasi, dan meningkatkan daya tarik perusahaan di mata para investor dan analisis keuangan. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Dengan melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan.

Pengungkapan CSR merupakan bagian dari akuntansi pertanggung jawaban sosial yang mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholder*. Pengungkapan CSR dilakukan dengan cara *checklist*, dilakukan dengan melihat pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan dalam tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Kategori ini diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996). Ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 90 item pengungkapan. Berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia, maka penyesuaian kemudian dilakukan. Dua belas item dihapuskan karena kurang sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia sehingga secara total tersisa 78 item pengungkapan. Tujuh puluh delapan item tersebut kemudian disesuaikan kembali dengan masing-masing sektor industri sehingga item pengungkapan yang diharapkan dari setiap sektor berbeda-beda, Sembiring (2005).

Pengungkapan tanggung jawab sosial wajib untuk dilakukan sebagaimana yang telah dituangkan dalam UU No. 44 Tahun 2007 Pasal 74. Dalam Pasal 74 menjelaskan bahwa :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Namun kini telah diterbitkan peraturan baru yang merupakan amanat dari UU No 40 Tahun 2007 pasal 74 ayat (4) yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 yang diterbitkan pada bulan April 2012. Di dalam Pasal 3 ayat (2) dijelaskan bahwa kewajiban CSR dilakukan baik di dalam maupun di luar lingkungan perseroan. Adapun, pada pasal 6 dijelaskan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan Perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS.

2.1.5 Alokasi Biaya Lingkungan

Biaya lingkungan merupakan dampak dari aktifitas-aktifitas lingkungan yang dilakukan perusahaan. Biaya lingkungan pada dasarnya berhubungan dengan biaya produk, proses, sistem atau fasilitas penting untuk pengambilan keputusan manajemen yang lebih baik. Menurut Susenohaji (2003) dalam Fitriani (2013) biaya lingkungan adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan berhubungan dengan kerusakan lingkungan yang ditimbulkan dan perlindungan yang dilakukan.

Menurut Watson dan Polito (2004) dalam Gunawan (2012) dapat diidentifikasi struktur biaya lingkungan menjadi empat bagian yaitu:

1. Biaya pencegahan lingkungan adalah biaya yang dikeluarkan untuk mencegah proses produksi yang menghasilkan pencemaran dan kerusakan lingkungan, contoh :
 - a. Biaya evaluasi dan pemilihan alat-alat untuk mengendalikan polusi
 - b. Biaya desain proses dan produk untuk mengurangi limbah
 - c. Biaya investasi teknologi yang memungkinkan dilakukannya daur ulang produk
2. Biaya deteksi lingkungan adalah biaya yang dikeluarkan untuk menentukan apakah proses produksi sesuai dengan standarisasi lingkungan yang berlaku. Ada tiga cara, yaitu peraturan pemerintah, standar sukarela dan kebijakan lingkungan, contoh :
 - a. Biaya pengembangan ukuran kinerja lingkungan
 - b. Biaya pelaksanaan pengujian pencemaran
 - c. Biaya memenuhi ketentuan hukum dalam penanganan limbah
3. Biaya kegagalan internal lingkungan adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah limbah dan sampah dari hasil produksi yang tidak dibuang ke lingkungan luar. Tujuan biaya kegagalan internal lingkungan adalah untuk mengurangi tingkat limbah yang dibuang, contoh :
 - a. Biaya pengoperasian peralatan untuk mengurangi dan menghilangkan polusi
 - b. Biaya pengolahan pembuangan limbah beracun
 - c. Biaya pemeliharaan peralatan polusi dan daur ulang
4. Biaya kegagalan eksternal lingkungan adalah biaya yang dikeluarkan karena adanya akibat kontaminasi dan kerusakan pada lingkungan. Biaya

kegagalan eksternal yang direalisasi adalah biaya yang dialami dan dibayar oleh perusahaan. Sedangkan biaya kegagalan eksternal yang tidak direalisasi atau yang biasa disebut biaya sosial, disebabkan oleh perusahaan tetapi dialami dan dibayar oleh pihak-pihak diluar perusahaan.

International Federation of Accountants (2005) membuat enam kategori biaya lingkungan yang dikemukakan sebagai berikut:

Tabel 2.1
Kategori Biaya Lingkungan

<p>1. Biaya Material dari Output Produk (<i>Materials Costs of Product Outputs</i>) Termasuk biaya penyediaan sumber daya seperti air dan biaya pembelian bahan lainnya yang akan diproduksi menjadi suatu output produk.</p>
<p>2. Biaya Material dari Output Non-Produk (<i>Materials Costs of Non- Product Outputs</i>) Termasuk biaya pembelian dan pengolahan sumber daya dan bahan lainnya yang menjadi output non-produk (limbah dan emisi).</p>
<p>3. Biaya Kontrol Limbah dan Emisi (<i>Waste and Emission Control Costs</i>) Termasuk biaya untuk penanganan, pengolahan dan pembuangan limbah dan emisi; biaya perbaikan dan kompensasi yang berkaitan dengan kerusakan lingkungan, dan setiap biaya yang timbul karena kepatuhan terhadap peraturan pemerintah yang berlaku.</p>
<p>4. Biaya Pencegahan dan Pengelolaan Lingkungan (<i>Prevention and other Environmental Management Costs</i>) Termasuk biaya yang timbul karena adanya kegiatan pengelolaan lingkungan yang bersifat preventif. Termasuk juga biaya pengelolaan lingkungan lainnya seperti perencanaan perbaikan lingkungan, pengukuran kualitas lingkungan, komunikasi dengan masyarakat dan kegiatan-kegiatan lain yang relevan.</p>
<p>5. Biaya Penelitian dan Pengembangan (<i>Research and Development Costs</i>) Termasuk biaya yang timbul karena adanya proyek-proyek penelitian dan pengembangan yang berhubungan dengan isu-isu lingkungan.</p>
<p>6. Biaya Tak Berwujud (<i>Less Tangible Costs</i>) Termasuk biaya internal dan eksternal yang tak berwujud. Contohnya adalah biaya yang</p>

timbul karena adanya kewajiban untuk mematuhi peraturan pemerintah agar di masa depan tidak muncul masalah lingkungan, biaya yang timbul untuk menjaga citra perusahaan, biaya yang timbul karena menjaga hubungan dengan stakeholder dan eksternalitas.

Sumber: *International Federation of Accountants* (2005).

2.1.6 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba, Sucipto (2003) dalam Astuti *et al* (2014). Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya kepada para pemilik perusahaan. Dalam evaluasi kinerja keuangan tentunya memerlukan standar tertentu baik bersifat eksternal maupun internal. Standar eksternal mengacu pada *competitive benchmarking* yang merupakan perbandingan perusahaan dengan pesaing utama atau industri, Wright *et al* (1996) dalam Kurnianto (2011).

Evaluasi perusahaan yang mengacu pada standar eksternal melalui *competitive benchmarking* memberikan gagasan untuk mengembangkan analisis rasio keuangan perusahaan individual dengan mempertimbangkan rasio industri. Analisis kinerja perusahaan individual dengan menggunakan pendekatan industri dinilai sangat relevan dalam persaingan industri. Hal ini disebabkan karena kegiatan yang dilakukan perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan namun juga faktor eksternal perusahaan. Salah satu indikator penting yang digunakan dalam persaingan industri adalah daya tarik bisnis (*bussines attractiveness*). Kinerja keuangan perusahaan merupakan suatu gambaran mengenai kondisi dan keadaan dari suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-

alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui baik atau buruknya kondisi keuangan dan prestasi kerja sebuah perusahaan dalam waktu tertentu.

2.1.7 Kinerja Pasar

Dalam melakukan investasi, para investor bertujuan untuk memaksimalkan *return* tanpa melupakan faktor risiko investasi yang harus dihadapinya. *Return* merupakan salah satu faktor yang memotivasi investor berinvestasi dan juga merupakan imbalan atas keberanian investor menanggung risiko dan investasi yang dilakukan. *Return* sebagai hasil pengembalian dari investasi dapat berupa pengembalian kas dan/atau kenaikan nilai investasi, Cahyono (2011).

CAR (*Cumulative Abnormal Return*) adalah jumlah dari perbedaan antara *return* yang diharapkan pada saham dan *return* aktual, yang didapat dari pasar saham. *Abnormal return* merupakan selisih antara *return* yang sesungguhnya (*actual return*) dengan *return* yang diharapkan (*expected return*) oleh investor. *Return* dikatakan normal apabila *actual return* adalah sama atau mendekati *expected return* (return yang diharapkan). Dengan demikian *return* tidak normal (*abnormal return*) adalah selisih antara *return* sesungguhnya yang terjadi dengan *return* yang diharapkan (*expected return*). *Abnormal return* dapat bersifat positif atau negatif. *Abnormal return* dikatakan positif apabila selisih antara aktual *return* dan *return* yang diharapkan (*expected return*) adalah positif, dan dikatakan negatif *abnormal return* apabila sebaliknya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya dan berkaitan serta menjadi bahan acuan dalam penelitian ini diantaranya:

Waddock dan Graves (1997) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja sosial perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROA, ROE, dan ROS (*return on sales*).

Nurdin dan Cahyandito (2006) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa pengungkapan tema-tema sosial dan lingkungan (keterlibatan masyarakat, sumber daya manusia, lingkungan dan sumber daya fisik, serta produk atau jasa) dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap reaksi investor.

Dahlia dan Siregar (2008) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa pengukuran CSR menggunakan *CSR Index* dengan berdasarkan indikator GRI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, sedangkan CSR tidak berpengaruh pada kinerja pasar.

Rakhiemah dan Agustia (2009) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa kinerja lingkungan diukur menggunakan PROPER. CSR diukur dengan menggunakan *CSR index* dan kinerja finansial diukur dengan menghitung *return* tahunan perusahaan kemudian dibandingkan dengan *return* tahunan industri. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kinerja lingkungan dan CSR

Disclosure secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial perusahaan.

Sudaryanto (2011) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa variabel kinerja finansial diukur dengan cara menghitung *return* tahunan perusahaan kemudian dibandingkan dengan *return* tahunan industry. Variabel kinerja lingkungan diukur dengan menggunakan PROPER. Variabel CSR diukur dengan menggunakan CSR *index*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara statistik kinerja lingkungan berpengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja finansial perusahaan melalui CSR *Disclosure*.

Indrawan (2011) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa kinerja keuangan perusahaan diukur dengan menggunakan ROE (*return on equity*) dan kinerja pasar perusahaan diukur dengan menggunakan CAR (*cumulative abnormal return*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan variabel kontrol *leverage*, berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE), dan variabel kontrol ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, akan tetapi variabel kesempatan pertumbuhan (*growth*) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan variabel *corporate social responsibility* dan variabel kontrol risiko sekuritas (*beta*) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja pasar (CAR), dan tiga variabel kontrol lainnya (*leverage, size, dan growth*) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja pasar, akan tetapi variabel *unexpected earnings* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar.

Cahyono (2011) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa pengukuran variabel CSR menggunakan *Corporate Social Disclosure Index (CSDI)* sebagai ukuran dari pengungkapan CSR, berdasarkan indikator *Global Reporting Initiatives (GRI)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity (ROE)* sebagai ukuran kinerja keuangan dan *Cumulative Abnormal Return (CAR)* sebagai ukuran kinerja pasar. Kepemilikan asing sebagai variabel moderating dapat mempengaruhi hubungan antara pengungkapan CSR dan kinerja keuangan perusahaan, tetapi tidak dapat mempengaruhi hubungan antara pengungkapan CSR dan kinerja pasar perusahaan.

Santoso (2011) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa biaya sosial karyawan dan biaya sosial masyarakat mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan, hanya untuk biaya masyarakat yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan sedangkan biaya sosial untuk karyawan tidak terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan.

Heriningsih dan Saputri (2012) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa *CSR Disclosure* berpengaruh signifikan terhadap *Economic Performance*, sedangkan *Environmental Performance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Economic Performance*.

Shobirin (2012) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR dimensi sosial meningkatkan kinerja pasar modal secara signifikan. Sedangkan pengungkapan CSR dimensi Ekonomi dan Lingkungan

meningkatkan kinerja pasar modal secara tidak signifikan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2011.

Babalola, Yisau Abiodun (2012) mengemukakan bahwa biaya lingkungan berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan.

Yaparto, dkk (2013) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa CSR terhadap kinerja keuangan diproksikan pada *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Earning Per Share* (EPS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR terhadap tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Earning Per Share* (EPS).

Makori dan Jagongo (2013) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa biaya lingkungan berpengaruh negatif terhadap *Return On Capital Employed* (ROCE) dan *Earning Per Share* (EPS) sedangkan biaya lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap *Net Profit Margin* (NPM) dan *Devidend Per Share* (DS).

Fitriani (2013) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan sedangkan biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2.3 Perumusan Hipotesis

2.3.1 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja

Keuangan

Teori legitimasi adalah organisasi bukan hanya harus terlihat memperhatikan hak-hak investor namun secara umum juga harus memperhatikan hak-hak publik.

Dalam usaha memperoleh legitimasi, perusahaan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pelaporan dan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan melalui pelaporan sosial dan lingkungan yang dipublikasikan. Teori legitimasi diharapkan dapat meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Laporan tahunan perusahaan digunakan sebagai informasi untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka dapat diterima oleh masyarakat. Dengan adanya kepercayaan dari masyarakat tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat mempengaruhi laba perusahaan.

Menurut Suryani (2012), didalam CSR terdapat tiga hal yang harus diperhatikan yaitu *profit*, *people* dan *planet*. Ketika perusahaan mensejajarkan *profit*, *people* dan *planet* secara seimbang dengan pengungkapannya dalam laporan tahunan maka perusahaan akan mendapatkan penilaian yang positif dari pihak-pihak yang berkepentingan, termasuk investor dan konsumen, dan ini akan meningkatkan kinerja perusahaan itu sendiri.

Bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja akuntansi (keuangan) memberikan hasil yang bervariasi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rakhiemah dan Agustia (2009), Cahyono (2011), Yaparto, dkk (2013) menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Dahlia dan Siregar (2008), Indrawan (2011), Sudaryanto (2011), Heriningsih dan Saputri (2012) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Dengan demikian, penelitian ini dimaksudkan untuk menguji kembali pengaruh

antara pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis dirumuskan:

H_{1a}: Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

2.3.2 Alokasi Biaya Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan

Menurut Grey *et al* (1996) dalam Hadi (2011) legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berpihak kepada masyarakat. Oleh karena itu, sebagai suatu sistem yang berorientasi kepada masyarakat, operasi perusahaan harus sejalan dengan harapan masyarakat dan lingkungan sekitar. Legitimasi perusahaan dapat ditingkatkan melalui *corporate social responsibility* untuk mendapatkan citra perusahaan yang baik di mata masyarakat.

Biaya lingkungan adalah biaya-biaya yang terjadi karena adanya kualitas lingkungan buruk yang mungkin terjadi. Pembebanan biaya lingkungan pada produk yang dapat menghasilkan informasi manajerial yang bermanfaat. Dengan membebankan biaya lingkungan secara tepat maka akan diketahui apakah suatu produk menguntungkan atau tidak. Sehingga akan mempengaruhi efisiensi ekonomi perusahaan.

Bukti empiris mengenai pengaruh alokasi biaya lingkungan terhadap kinerja keuangan memberikan hasil yang bervariasi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Babalona (2012), Makori dan Jagongo (2013) dan Fitriani (2013) menyatakan bahwa biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Waddock dan Graves (1997), Santoso (2011) dan Padang (2014) menyatakan bahwa biaya lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Dengan demikian, penelitian

ini dimaksudkan untuk menguji kembali pengaruh antara biaya lingkungan terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis dirumuskan:

H_{1b}: Alokasi biaya lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

2.3.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Pasar

Signaling theory menekankan bahwa perusahaan pelapor dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya. Jika perusahaan gagal dalam menyajikan informasi yang lebih, maka para *stakeholders* hanya akan menilai perusahaan sebagai perusahaan rata-rata sama dengan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan laporan tambahan. Hal ini memberikan motivasi bagi perusahaan-perusahaan untuk mengungkapkan, melalui laporan keuangan, bahwa mereka lebih baik dari pada perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan. Dengan demikian, *signaling theory* menekankan bahwa perusahaan akan cenderung menyajikan informasi yang lebih lengkap untuk memperoleh reputasi yang lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan, yang pada akhirnya akan menarik investor.

Menurut Drever *et al* (2007) dalam Indrawan (2011) yang menyatakan bahwa berdasarkan *signaling theory* perusahaan pelapor dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya dengan mengirimkan signal melalui laporan, maka pengungkapan atau pelaporan perusahaan mengenai aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan CSR merupakan salah satu cara untuk mengirimkan signal positif kepada *stakeholders* dan pasar. Perusahaan yang telah menerapkan

kebijakan formal berupa pelaporan CSR akan memberikan sinyal positif bagi pasar, sehingga berdasarkan *signaling theory*, perusahaan yang memberikan informasi baik terhadap *stakeholders* akan memberikan sinyal positif terhadap perusahaan tersebut.

Bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja pasar memberikan hasil yang bervariasi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dahlia dan Siregar (2008) dan Cahyono (2011) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pasar. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Indrawan (2011) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar. Dengan demikian, penelitian ini dimaksudkan untuk menguji kembali pengaruh antara pengungkapan CSR terhadap kinerja pasar. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis dirumuskan:

H_{2a}: Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja pasar

2.3.4 Alokasi biaya lingkungan Terhadap Kinerja Pasar

Teori legitimasi dibuat sebagai media untuk mengatur tatanan (pranata) sosial kehidupan masyarakat. Teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan masyarakat. Berdasarkan teori yang mendasari tersebut, alokasi biaya lingkungan perusahaan akan sangat penting untuk dikendalikan

karena akan berdampak pada kelangsungan usaha perusahaan, citra publik, dan tentunya kepentingan para *stakeholder* perusahaan.

Hal ini dibuktikan oleh penelitian Amilia dan Wijayanto (2007) bahwa perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik dari periode ke periode.

Bukti empiris mengenai pengaruh biaya lingkungan terhadap kinerja pasar terbukti pada penelitian yang dilakukan oleh Nurdin dan Cahyandito (2006) dan Shobirin (2012) menyatakan bahwa pengungkapan CSR dimensi lingkungan berpengaruh positif terhadap harga saham. Dengan demikian, penelitian ini dimaksudkan untuk menguji kembali pengaruh antara alokasi biaya lingkungan terhadap kinerja pasar. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis dirumuskan:

H_{2b}: Alokasi biaya lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja pasar

2.4 Kerangka Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

