

BAB II

Tinjauan Pustaka

2.1 Kajian Teori

2.1.1 *Legitimacy Theory*

Legitimacy theory menyatakan bahwa organisasi/perusahaan secara berkesinambungan harus memastikan apakah mereka telah beroperasi di dalam norma-norma yang dijunjung masyarakat, dan memastikan bahwa aktivitas mereka bisa diterima pihak luar (Degan, 2004).

Shocker dan Sethi (1974) dalam Ghazali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa pada dasarnya perusahaan memiliki kontrak implisit dengan masyarakat untuk melaksanakan kegiatannya sesuai dengan prinsip-prinsip yang dijunjung dalam masyarakat. Jika suatu perusahaan memenuhi kontrak implisit dengan *stakeholder*, *stakeholder* akan bertindak sebagaimana yang diinginkan perusahaan. Sebaliknya, ketika kontrak implisit dengan *stakeholder* tidak dipenuhi, kontrak implisit kemungkinan berubah menjadi suatu hal yang eksplisit dan akan menimbulkan biaya yang lebih tinggi.

Legitimacy theory menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan di mana perusahaan berada, di mana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktivitas mereka diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang sah. Perusahaan berusaha menyelaraskan kinerja ekonominya dengan kinerja sosial dan lingkungan, sehingga kegiatan

operasionalnya sesuai dengan norma-norma yang berlaku dan diterima oleh masyarakat (Ghozali dan Chairi, 2007).Penerimaan dari masyarakatdiharapkan akan meningkatkan nilai dan kinerja perusahaan.

2.1.2 *Stakeholder Theory*

Stakeholder theory menyatakan bahwa semua *stakeholder* mempunyai hak memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka (Freeman, 2001). Para *stakeholder* dapat memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan bahkan tidak dapat memainkan peran secara langsung dalam suatu perusahaan (Deegan, 2004). *Stakeholder* dianggap dapat mempengaruhi tapi juga dapat dipengaruhi perusahaan. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Perusahaan menganggap bahwa peran para *stakeholder* sangat berpengaruh bagi perusahaan sehingga dapat mempengaruhi dan menjadi pertimbangan dalam penerapan sistem manajemen perusahaan. *Stakeholder* menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan karena mereka memegang posisi yang kuat dalam perusahaan. *Stakeholder* pada dasarnya dapat mempengaruhi pemakaian berbagai sumber ekonomi yang digunakan dalam aktivitas perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007). Oleh karena itu, *stakeholder theory* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk mengendalikan pengaruh *stakeholder* tersebut.

Alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder*, yaitu: (1) isu lingkungan melibatkan berbagai kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka, (2) era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan, (3) para investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan, (4) lembaga swadaya masyarakat dan pecinta lingkungan semakin berani mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan. *Sustainability report* diharapkan dapat memenuhi keinginan dari *stakeholder* sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *parastakeholder* sehingga perusahaan dapat mencapai keberlanjutan dan kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

2.1.3 *Sustainability Report*

Sustainability report adalah praktik pengukuran, pengungkapan, dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan terhadap para *stakeholder* internal dan eksternal (GRI, 2006). *Sustainability report* merupakan istilah umum yang dianggap sinonim dengan istilah lainnya seperti *triple bottom line report*. Istilah tersebut dipopulerkan pertama kali oleh John Elkington (1997) di dalam bukunya "*Cannibals With forks, The Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*". Di dalam buku ini, Elkington menjelaskan pandangan perusahaan

yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan “3P”. Selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan harus terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan turut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Menurut Elkington (1997) laporan ini memuat tidak hanya informasi kinerja keuangan tetapi juga informasi nonkeuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan bisa bertumbuh secara berkesinambungan (*sustainable performance*).

Pelaporan di dalam *sustainability report* dibagi menjadi tiga komponen (GRI, 2006) yaitu:

1. Kinerja ekonomi (*economic performance*) = *profit*
2. Kinerja sosial (*social performance*) = *people*
3. Kinerja lingkungan (*environmental performance*) = *planet*

2.1.4 Prinsip Sustainability Report

Secara keseluruhan, prinsip-prinsip ditujukan untuk mencapai transparansi, sebuah nilai dan tujuan yang menjadi dasar dari semua aspek dalam *sustainability report*. Transparansi dapat didefinisikan sebagai pengungkapan informasi secara lengkap atas topik dan indikator yang dibutuhkan dalam menggambarkan dampak serta memungkinkan pemangku kepentingan untuk terlibat dalam pembuatan kebijakan, proses, prosedur, dan asumsi yang digunakan untuk menyiapkan pengungkapan (GRI, 2006). Prinsip-prinsip tersebut dibagi menjadi dua kelompok:

a. Prinsip pelaporan untuk menetapkan isi

- Materialitas : informasi dalam sebuah laporan harus mencakup topik dan indikator yang menggambarkan dampak signifikan dari ekonomi, lingkungan, dan sosial terhadap organisasi atau yang dapat mempengaruhi penilaian dan kebijakan dari pemangku kepentingan secara substantif
- Pelibatan *stakeholder* : organisasi harus mengidentifikasi para pemangku kepentingannya dan menjelaskan dalam laporan cara organisasi merespons harapan dan kepentingan dari *stakeholder*
- Konteks *sustainability*: laporan harus memperlihatkan kinerja organisasi dalam konteks *sustainability* yang lebih luas
- Kelengkapan: cakupan topik, indikator, dan definisi batasan laporan harus menggambarkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang signifikan dan memungkinkan *stakeholder* untuk menilai kinerja organisasi dalam periode laporan berjalan

b. Prinsip pelaporan untuk menetapkan kualitas

- Keseimbangan: laporan harus menggambarkan aspek positif dan negatif dari kinerja perusahaan untuk dapat memungkinkan penilaian yang masuk akal terhadap keseluruhan kinerja
- Dapat diperbandingkan: isu-isu dan informasi harus dipilih, dikumpulkan, dan dilaporkan secara konsisten

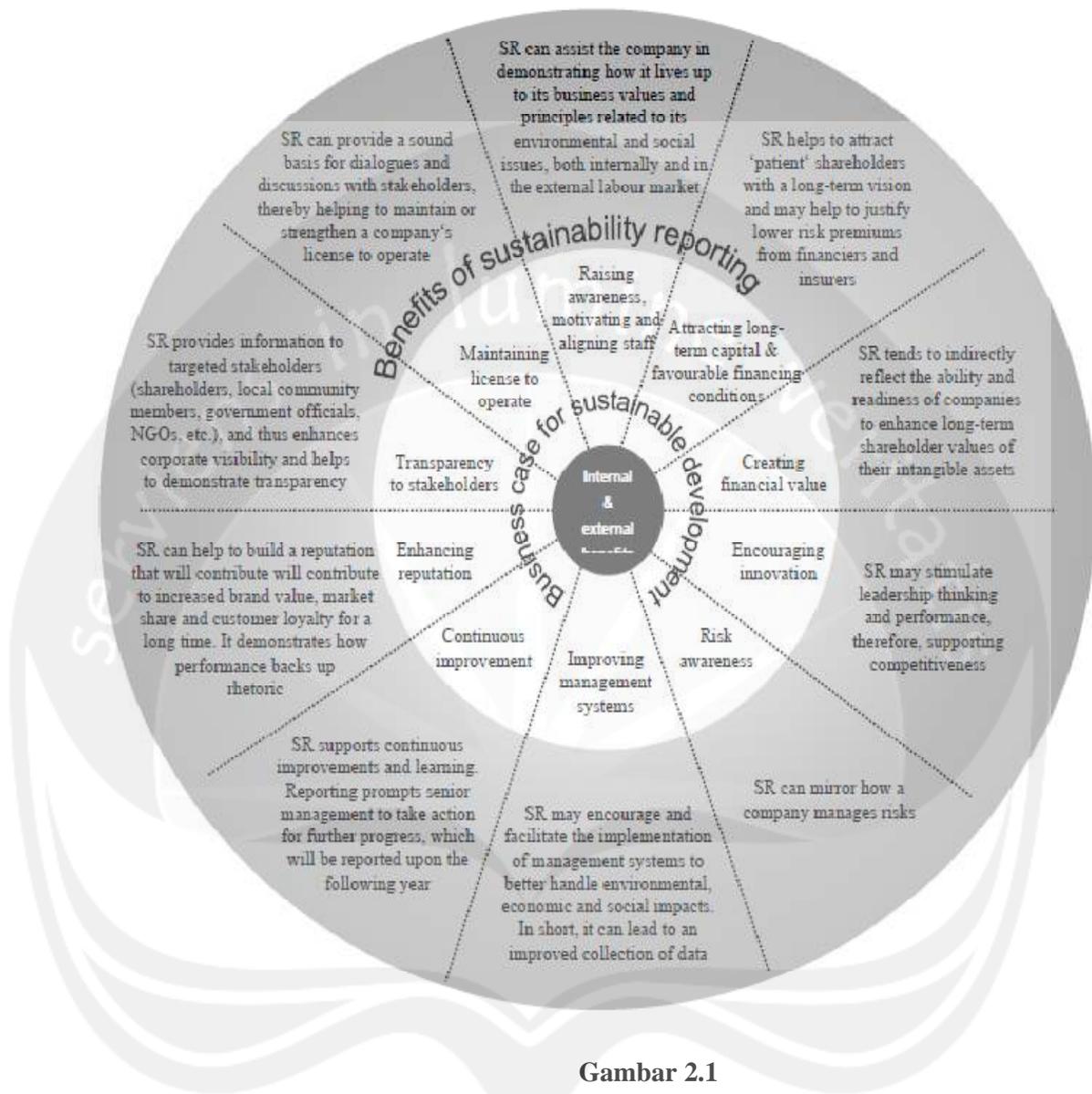
- Kecermatan: informasi yang dilaporkan harus cukup cermat dan detail bagi *stakeholder* untuk menilai kinerja organisasi
- Ketepatan waktu: penyusunan laporan dilakukan berdasarkan jadwal reguler dan informasi kepada *stakeholder* tersedia tepat waktu ketika dibutuhkan dalam mengambil kebijakan
- Kejelasan: informasi harus disediakan dalam cara yang dapat dimengerti dan diakses oleh pemangku kepentingan yang menggunakan laporan
- Keterandalan: informasi dan proses yang digunakan dalam penyiapan laporan harus dikumpulkan, direkam, dikompilasi, dianalisis, dan diungkapkan dalam sebuah cara yang dapat diuji dan dapat dibentuk kausalitas dan materialitas dari laporan

2.1.5 Manfaat *Sustainability Report*

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

1. Memberikan informasi kepada *stakeholder*(pemegang saham, anggota komunitas lokal, pemerintah) sehingga meningkatkan prospek perusahaan dan membantu mewujudkan transparansi.
2. Membantu membangun reputasi sebagai alat yang memberikan kontribusi untuk meningkatkan *brand value*, *market share*, dan *customer loyalty* jangka panjang.

3. Menjadi cerminan bagaimana perusahaan mengelola risikonya.
4. Digunakan sebagai stimulasi *leadership thinking* dan *performance* yang didukung dengan semangat kompetisi.
5. Mengembangkan dan memfasilitasi pengimplementasian dari sistem manajemen yang lebih baik dalam mengelola dampak lingkungan, ekonomi, dan sosial.
6. Mencerminkan secara langsung kemampuan dan kesiapan perusahaan untuk memenuhi keinginan pemegang saham untuk jangka panjang.
7. Membantu membangun ketertarikan para pemegang saham dengan visi jangka panjang dan membantu mendemonstrasikan bagaimana meningkatkan nilai perusahaan yang terkait dengan isu sosial dan lingkungan.



Gambar 2.1

Manfaat *sustainability report* (WBCSD, 2002)

2.1.6 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah hasil keputusan berdasarkan penilaian terhadap kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Kinerja keuangan dipakai manajemen sebagai salah satu pedoman untuk

mengelola sumber daya yang dipercayakan kepadanya (Febryani dan Zulfadin, 2003). Kinerja keuangan merefleksikan kinerja fundamental perusahaan yang akan diukur dengan menggunakan data yang berasal dari laporan keuangan (Stonner dan Sirait, 1995). Laporan dari kinerja keuangan dibuat untuk menggambarkan kondisi keuangan perusahaan masa lalu dan digunakan untuk memprediksi keuangan dimasa yang akan datang.

Pengukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba diukur menggunakan rasio profitabilitas (Syahyunan, 2004). Profitabilitas merupakan alat pembanding pada berbagai alternatif investasi yang sesuai dengan tingkat risiko. Jumlah laba bersih dibandingkan dengan penjualan untuk menilai kinerja sebagai suatu persentase dari beberapa tingkat aktivitas atau investasi. *Return on Assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. Rasio ini memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektifitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. Dengan mengetahui rasio ini, akan dapat diketahui apakah perusahaan efisien dalam memanfaatkan aktiva dalam kegiatan operasional perusahaan (Suad Husnan, 1998). Tingkat pengembalian aset dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

2.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan selama ini masih berfokus pada hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan kinerja keuangan perusahaan. Vollono (2010) dalam penelitiannya yang berjudul “*Doing Well by Doing Good: The Empirical Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance*” membuktikan bahwa terdapat hubungan positif antara CSR dengan *Corporate Financial Performance* (CFP). Penelitian Vollono didukung oleh penelitian lain seperti Andersen dan Olsen (2011) dan Choi, et.al. (2011) yang memperoleh hasil yang sama dalam penelitian mereka.

Belum banyak peneliti yang mengambil tema *sustainability report* dalam penelitian mereka. Ortas dan Monerva (2011) menganalisis praktik *sustainability report* di Amerika Latin. Hasil analisis menunjukkan bahwa banyak perusahaan di Amerika Latin mengungkapkan *sustainability report* untuk memperoleh keunggulan kompetitif di antara para pesaingnya.

Reddy dan Gordon (2010) dalam penelitian mereka yang berjudul “*The Effect of Sustainability Reporting on Financial Performance: An Empirical Study Using Listed Company*” meneliti pengaruh *sustainability report* terhadap kinerja keuangan. Penelitian menggunakan *event study* untuk mengetahui *abnormal returns* dari penerbitan *sustainability report*. Sampel dalam penelitian Reddy dan Gordon sebanyak 68 perusahaan, 17 *listing* di *New Zealand Stock Exchange* (NZX) dan 51 *listing* di *Australian Stock Exchange* (ASX).

Penelitian ini merupakan penyempurnaan dari penelitian Burhan (2012). Burhan (2012) tidak menggunakan variabel kontrol dan waktu penelitiannya tahun 2006-2009. Penelitian ini sudah menggunakan variabel kontrol leverage dan ukuran

perusahaan. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini juga lebih merefleksikan perkembangan *sustainability report* di Indonesia selama tahun 2008-2011.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *sustainability report* terhadap kinerja keuangan perusahaan

Kinerja keuangan diukur menggunakan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Rasio profitabilitas suatu perusahaan mengukur perbandingan antara laba dengan aktiva perusahaan. Aktiva perusahaan digunakan untuk menghasilkan laba tersebut. Rasio profitabilitas jelas memberikan ukuran keefektifan kinerja manajemen dan perusahaan. Rasio profitabilitas yang semakin besar menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik. Perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi dengan aktiva atau aset yang tersedia.

Pengungkapan *sustainability report* yang dilakukan perusahaan, diharapkan dapat memberikan bukti nyata bahwa proses produksi yang dilakukan perusahaan tidak hanya berorientasi keuntungan, tetapi juga memperhatikan isu sosial dan lingkungan. Dengan memberikan bukti tersebut, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder*. Peningkatan kepercayaan stakeholder akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan, pendapatan, dan investasi. Peningkatan aspek-aspek tersebut akan meningkatkan

laba perusahaan. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁: Pengungkapan *sustainability report* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2.3.2 Pengaruh pengungkapan kinerja ekonomi terhadap kinerja keuangan perusahaan

Dimensi ekonomi dalam *sustainability report* menggambarkan dampak perusahaan terhadap kondisi perekonomian para *stakeholder* di tingkat sistem ekonomi lokal, nasional, dan global. Kinerja finansial dan ekonomi perusahaan merupakan pemahaman dasar dari sebuah perusahaan dan keberlanjutannya. Akan tetapi, biasanya informasi ini dirangkum dalam laporan keuangan. Sangat sedikit informasi kontribusi perusahaan terhadap keberlanjutan sistem ekonomi yang lebih luas diungkapkan dalam pelaporan. Pengungkapan pendekatan manajemen dapat meliputi tiga aspek ekonomi, yaitu: indikator ekonomi, kehadiran pasar, dan dampak ekonomi tidak langsung. Selain itu, juga terdapat pengungkapan atas tujuan, kebijakan, dan informasi tambahan kontekstual lainnya (GRI, *Sustainability Report Guidelines*).

Pengungkapan kinerja ekonomi dalam *sustainability reporting* seperti rasio pemasok lokal dan karyawan perusahaan dapat menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat sekitar. Perusahaan membuka peluang bagi masyarakat untuk menjadi pemasok atau karyawan perusahaan. Hal ini dapat meningkatkan dukungan dan komitmen

stakeholder terhadap perusahaan serta meningkatkan citra perusahaan yang akan berujung pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

H₂: Pengungkapan kinerja ekonomi berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2.3.3 Pengaruh pengungkapan kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan perusahaan

Dimensi lingkungan dalam *sustainability report* berfokus pada dampak perusahaan terhadap sistem alami yang hidup dan tidak hidup, termasuk ekosistem, tanah, air, dan udara. Pengungkapan kinerja lingkungan meliputi pengungkapan kinerja yang berhubungan dengan input (misalnya material, energi, dan air) dan output (misalnya emisi, air limbah, dan limbah). Sebagai tambahan, pengungkapan kinerja lingkungan juga meliputi kinerja yang berhubungan *biodiversity* (keanekaragaman hayati), kepatuhan lingkungan, dan informasi relevan lainnya seperti pengeluaran lingkungan (*environmental expenditure*) dan dampaknya terhadap produk dan jasa (GRI, *Sustainability Report Guidelines*). Pengungkapan kinerja lingkungan dapat membuat perusahaan dikenal sebagai perusahaan yang peduli terhadap lingkungannya, sehingga akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

H₃: Pengungkapan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2.3.4 Pengaruh pengungkapan kinerja sosial terhadap kinerja keuangan perusahaan

Dimensi sosial dari *sustainability report* membahas dampak perusahaan terhadap sistem sosial tempat perusahaan beroperasi. Kinerja sosial dibagi menjadi empat aspek, yaitu: ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Informasi yang diungkapkan mirip dengan informasi kinerja ekonomi dan lingkungan yang terdiri dari pendekatan manajemen, tujuan, kebijakan, tanggung jawab perusahaan, pelatihan dan pendidikan, pengawasan dan tindak lanjut, dan informasi tambahan kontekstual lainnya. Semua komponen tersebut akan dilaporkan berdasarkan hubungan dalam aspek sosial (GRI, *Sustainability report Guidelines*). Dalam melaksanakan kinerja sosial, perusahaan berinteraksi langsung dengan masyarakat, konsumen, dan karyawan. Para *stakeholder* dapat melihat dan merasakan secara langsung upaya perusahaan dalam melaksanakan kinerja sosialnya. Hal ini akan mendorong *stakeholder* memberikan apresiasi kepada perusahaan. Citra perusahaan juga ikut meningkat sehingga berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

H₃: Pengungkapan kinerja sosial berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.