

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Peneliti Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan penelitian selanjutnya sehingga peneliti dapat membandingkan hasil dari penelitian dengan hasil yang didapatkan oleh peneliti. Pada tabel 2.1 adalah daftar penelitian terdahulu yaitu :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1.	Fipit Fitriani, Nurleli, Yuni Rosdiana (2015) Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas dengan Variabel Moderator Pengungkapan Informasi Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2013)	Variabel Independen : Kinerja lingkungan (X) Variabel Dependen : Profitabilitas (Y) Variabel Moderator : Pengungkapan lingkungan (Z)	Kuantitatif	Kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Pengungkapan informasi lingkungan tidak memoderasi pengaruh antara kinerja lingkungan terhadap profitabilitas.

2.	Anggi Choirun Nisa, Anik Malifah, Siti Aminah Anwar (2020) Analisis Penerapan green accounting sesuai dengan PSAK 57 dan Kinerja lingkungan terhadap profitabilitas perusahaan pertambangan	Variabel Independen :Green Accounting (X ₁) Kinerja Lingkungan (X ₂) Variabel Dependen : Profitabilitas (Y)	Kuantitatif	Kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas Penerapan green accounting sesuai PSAK 57 berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan
3.	Anggraina Ayu Ningtyas, Dedik Nur Triyanto (2019) Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Pengungkapan Lingkungan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan	Variabel Independen : Kinerja Lingkungan (X ₁) Pengungkapan Lingkungan (X ₂) Variabel Dependen : Profitabilitas (Y)	Kuantitatif	Variabel Kinerja Lingkungan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan <i>Earning Per Share</i> (EPS) Variabel Pengungkapan Lingkungan memiliki pengaruh secara parsial terhadap Profitabilitas yang diproksikan dengan <i>Earning Per Share</i> (EPS)
4.	Yohanes Made Supadi, I Putu Sudana (2018) Pengaruh Kinerja Lingkungan dan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> pada Kinerja Keuangan	Variabel Independen : Kinerja lingkungan (X ₁) <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (X ₂) Variabel Dependen : Kinerja keuangan (Y)	Kuantitatif	kinerja lingkungan berpengaruh positif pada kinerja keuangan yang diukur dengan ROE. <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> berpengaruh positif pada kinerja keuangan

	Perusahaan Sektor Pertambangan			perusahaan yang diukur dengan ROE
5.	Mega Karunia Rosdwianti, Moh.Dzulkirom AR, Zahroh Z.A (2016) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2014)	Variabe Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (X1) Variabel Dependen : Profitabilitas (Y)	Kuantitatif	<i>Corporate Social Responsibility</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
6.	Nurwahidah (2016) Pengaruh Penerapan Corporate Sosial Responsibility Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Pertambangan yang Tercatat di BEI	Variabel Independen : Penerapan CSR (X1) Variabel Dependen : Profitabilitas (Y)	Kuantitatif	CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap ROE
7.	Basuki Basuki 2018 (<i>Enviromental cost analysis and reporting to measure enviromental perfomance in realizing ecoefficiency at PT Industri Kereta Api (KAI)</i>)	Fokus Penelitian : PT INKA	<i>Descriptive case study in PT Industri Kereta Api</i>	<i>In previous years the proportion of environmental costs to total operational costs continued to increase from 2011 to 2013. This was caused by the recommendation of PROPER result in 2011 that management of B3 waste be handed over to the third party. Ecological or</i>

				<i>environmental efficiency can be seen from the absence of environmental pollution and its impact caused by management of waste. Finally, it can be said that the concept of eco-efficiency has been met by PT INKA (Persero) started in 2014.</i>
8.	Heru Satria Rukmana, Muhammad Ikhbal Saputra (2019) <i>Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Industri Penghasil Bahan Baku Sektor Perkebunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia</i>	Variabel Independen : CSR-Ekonomi (X1) CSR-Lingkungan (X2) CSR-Sosial (X3) Variabel Dependen : Profitabilitas (Y)	Kuantitatif	CSR-Ekonomi, CSR-Lingkungan, CSR-Sosial berpengaruh terhadap profitabilitas
9.	Anggelia & Rosita Suryaningsih, (2015) <i>The Effect of Environmental Performance and Corporate Social Responsibility Disclosure Towards Financial Performance (Case Study to</i>	Variabel Dependen : <i>Return on Assets (Y1)</i> <i>Return on Equity (Y2)</i> Variabel Independen : <i>Environmental Performance (X1)</i> <i>Corporate Social Responsibility (X2)</i>	Kuantitatif	<i>The result of this research where environmental performance had significant effect on both ROA and ROE</i> <i>CSR disclosure had significant effect on ROE, but had no effect on ROA</i>

	<i>Manufacture And Service Companies That Listed At Indonesia Stock Exchange)</i>			
10.	Hednri Calvin & Romasi Lumban Gaol (2015) Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (X1) Variabel Dependen : Profitabilitas (Y)	Kuantitatif	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan pertambangan. Baik yang diwakilkan oleh <i>Net Profit Margin</i> (NPM) maupun yang diwakilkan oleh <i>Return On Asset</i> (ROA)

Penelitian ini merupakan replika dari beberapa penelitian terdahulu. Adapun persamaan dengan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan kinerja lingkungan dan *corporate social responsibility* sebagai variabel independennya dan menggunakan profitabilitas sebagai variabel dependennya.

Perbedaan dengan peneliti sebelumnya terletak pada objek penelitian yaitu dengan menggunakan keseluruhan perusahaan manufaktur dengan data terbaru 2016-2019, sedangkan peneliti sebelumnya banyak menggunakan perusahaan pertambangan, perusahaan manufaktur tetapi pada sektornya tidak secara keseluruhan, dan penghasil bahan sektor perkebunan.

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non-fisik (Hadi, 2011, hal. 87).

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 kongruen dengan harapan masyarakat (Hadi, 2011, hal. 88). Apabila kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap perusahaan telah berubah, situasi tersebut disebut dengan *legitimacy gap*. (Hadi, 2011, hal. 90) menyatakan bahwa tingginya senjangan legitimasi sebagai akibat ketidaksesuaian antara aktivitas operasi perusahaan terhadap ekspektasi masyarakat, memunculkan tekanan dari *stakeholders*. Untuk mengatasi keadaan tersebut yang perlu dilakukan perusahaan dalam rangka mengelola legitimasi agar efektif yaitu dengan cara : melakukan indentifikasi dan komunikasi/ dialog dengan publik, melakukan komunikasi dialog tentang masalah nilai sosial kemasyarakatan dan lingkungan, serta membangun persepsinya tentang perusahaan, melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan terutama terkait masalah tanggung jawab sosial (Hadi, 2011, hal. 92).

Perusahaan yang merasa keberadaan dan aktivitasnya akan mendapat status dari masyarakat atau lingkungan jika perusahaan melakukan pengungkapan sosial,

sehingga perusahaan tersebut beroperasi atau dapat dikatakan terlegitimasi (Adhima, 2013). Perusahaan yang sudah dikatakan terlegitimasi maka citra atau nama baik perusahaan akan menjadi naik, membuat kepercayaan *stakeholders* semakin bertambah. Legitimasi dapat dijadikan wahana untuk mengontruksikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Hadi, 2011, hal. 87). Selain itu legitimasi juga dapat menjadikan omset penjualan naik karena perusahaan yang terlegitimasi dianggap para pelanggan atau pembeli mempunyai daya tarik yang kuat sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan.

2.2.2 Profitabilitas

2.2.2.1 Definisi Profitabilitas

Profitabilitas adalah daya tarik utama bagi pemilik perusahaan atau pemegang saham dalam suatu perusahaan. Pengertian profitabilitas menurut (Hanafi M. , 2017, hal. 81) :

“Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu”.

(Sartono, 2016, hal. 122) mengatakan bahwa :

“Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba baik dalam hubungannya dengan penjualan, asset maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akansangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen.”

(Kasmir, 2012 , hal. 196) mengatakan bahwa :

“rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan.”

(Fahmi, 2016, hal. 80) mengatakan bahwa :

“profitabilitas adalah rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.

Dari beberapa pendapat diatas dapat diambil kesimpulan bahwa profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam kaitannya dengan penjualan, aset, dan modal saham selama periode tertentu dari aktivitas bisnisnya. Artinya besaran keuntungan yang diperoleh harus sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai bukan berarti asal untung.

2.2.2.2 Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas

Menurut (Sartono, 2016, hal. 123-124) sebagai berikut :

1. *Gross Profit Margin* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui presentase laba kotor dari penjualan perusahaan.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

2. *Net Profit Margin* digunakan untuk mengetahui laba bersih dari penjualan setelah dikurangi pajak.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}}$$

3. *Return On Investment* atau *Return On Assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.

$$\text{ROA/ROI} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

4. *Return On Equity* digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan.

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Modal sendiri}}$$

2.2.2.3 Indikator Pengukuran Profitabilitas

Dalam penelitian ini penulis menggunakan rasio *net profit margin*. Dengan alasan bahwa rasio ini mengukur besarnya keuntungan dari setiap penjualan yang menghasilkan keuntungan bersih, sejauh mana daya tarik masyarakat tertarik dengan produk yang dihasilkan perusahaan dari penjualan. Nilai *net profit margin* yang fluktuatif memberikan dasar penilaian seorang investor untuk melakukan investasinya. Pengukuran rasio ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan yang dapat diformulasikan dalam rumus sebagai berikut (Sartono, 2016)

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}}$$

2.2.3 Kinerja Lingkungan

2.2.3.1 Pengertian Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan keseluruhan pencapaian perusahaan dalam mengelola masalah-masalah lingkungan sebagai akibat dari pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan.

Pengertian kinerja lingkungan menurut (Gormley, 2011, hal. 294) menyatakan bahwa :

“kinerja lingkungan adalah hasil terukur dari manajemen organisasi dari aspek lingkungannya, hasil dapat diukur terhadap kebijakan lingkungan organisasi, tujuan lingkungan, target lingkungan, dan/atau persyaratan kinerja lingkungan lainnya”.

Sedangkan pengertian kinerja lingkungan menurut Organisation for Economic Co-Economic Co-Operation and Development Indonesia (OECD, 2019) adalah :

“laporan analisis dan penilaian berbasis bukti mengenai kemajuan yang telah dicapai negara peserta tinjauan dalam hal memenuhi sasaran kebijakan lingkungannya”.

Menurut UU RI No.32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup pasal 1 poin 2 :

“Perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup adalah upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan untuk melestrakan fungsi lingkungan hidup dan mencegah terjadinya pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup yang meliputi pencemaran, pemanfaatan, pengendalian, pemeliharaan, pengawasan, dan penegakan hukum”.

Kinerja lingkungan menurut ISO 14301 adalah hasil yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan yang terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya.

Menurut (Putri et al, 2019) bahwa kinerja lingkungan adalah usaha perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang baik dengan melaksanakan aktifitas dan menggunakan bahan-bahan yang tidak merrusak lingkungan.

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang baik dengan persyaratan yang telah ditetapkan. Kinerja lingkungan akan dipandang masyarakat atau *stakeholders* sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Maka dari itu, kinerja lingkungan menggambarkan bagaimana kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Jika lingkungan disekitar perusahaan sudah terjaga, maka kinerja lingkungan perusahaan akan baik pula. Kinerja lingkungan perusahaan harus terus terjaga, karena untuk menghindari tuntutan dari masyarakat atau *stakeholder*, sehingga keberlangsungan hidup perusahaan akan terus dan tetap terjaga.

2.2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Lingkungan

Beberapa alasan yang melatar belakangi adanya kinerja lingkungan menurut (Hansen & Mowen, 2013 , hal. 410-411) yaitu :

1. Pelanggan menginginkan produk yang lebih bersih tanpa merusak lingkungan serta penggunaan dan pembuangan yang ramah lingkungan.
2. Karyawan lebih suka berkerja di perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan, sehingga menghasilkan produktivitas yang lebih besar.

3. Perusahaan yang bertanggung jawab pada lingkungan dan memiliki kinerja lingkungan yang baik cenderung memperoleh keuntungan eksternal serta dapat menghasilkan keuntungan sosial yang signifikan.
4. Perbaikan kinerja lingkungan dapat meningkatkan keinginan manajer untuk melakukan inovasi dan mencari peluang baru.

2.2.3.3 PROPER sebagai Penilaian Kinerja Lingkungan

Dalam menilai kinerja lingkungan dari perusahaan, pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) terdapat sistem Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup yang disebut dengan PROPER. PROPER merupakan program pengawasan terhadap industri yang bertujuan mendorong ketaatan industri terhadap peraturan lingkungan hidup (menlhk.go.id, 2020).

PROPER memanfaatkan masyarakat dan pasar untuk memberikan tekanan kepada industri agar meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan. Informasi mengenai hasil kinerja perusahaan dikomunikasikan dengan menggunakan warna untuk memudahkan penyerapan informasi oleh masyarakat (menlhk.go.id, 2018). Peringkat kinerja usaha dan atau kegiatan yang diberikan terdiri dari :

Tabel 2.2

Kriteria Peringkat PROPER

Peringkat Warna	Keterangan Peringkat
Emas	Usaha dan atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi dan jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.

Hijau	Usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang di persyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, memanfaatkan sumber daya secara efisien serta melaksanakan tanggung jawab sosial dengan baik.
Biru	Usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan usaha pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
Merah	Upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam perundang-undangan.
Hitam	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. .

Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup, (menlhk.go.id, 2018)

2.2.3.4 Indikator Penilaian Kinerja Lingkungan

Untuk menilai kinerja lingkungan ini menggunakan laporan PROPER yang secara resmi diterbitkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Penilaian kinerja lingkungan melalui PROPER menurut (Meiyana, 2018) ini dengan memberikan skor dari peringkat yang diprosikan antara 5-1. Peringkat PROPER dikelompokkan menjadi lima peringkat warna yaitu :

Emas = 5 poin

Hijau = 4 poin

Biru = 3 poin

Merah = 2 poin

Hitam = 1 poin

2.2.4 *Corporate Social Responsibility*

2.2.4.1 Definisi *Corporate Social Responsibility*

Pengertian *corporate social responsibility* seringkali disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak disampaikan oleh pakar maupun dalam jurnal. Menurut (Rudito & Famiola, 2019, hal. 13) bahwa kunci kegiatan CSR adalah komitmen dan tanggung jawab korporat terhadap dampak yang ditimbulkan oleh korporat, baik yang bersifat sosial maupun lingkungan serta usaha bagi korporat untuk beradaptasi dengan lingkungan sosial masyarakat.

Menurut (Lako, 2018, hal. 7) CSR merupakan komitmen berkelanjutan korporasi untuk peduli dan bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar agar tercipta suatu sinergitas dan keberlanjutan antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan.

Menurut *The World Bussiness Council Sustainable Development (WBCSD)* mendefinikan bahwa *corporate social responsibility* merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang diringi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat lebih luas (Hadi, 2011, hal. 47-48)

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada *stakeholders* secara sosial yang berkaitan dengan aktivitas operasional perusahaan.

2.2.4.2 Konsep *Corporate Social Responsibility*

Terdapat konsep dalam *Corporate Social Responsibility* yang dikemukakan oleh John Elkington (1997) yang terkenal dengan “*The Triple Botton Line*” yang dimuat dalam buku “*Canibalts with Forks, the Triple Botton Line of Twentieth Century Business*’, konsep tersebut mengakui bahwa jika perusahaan ingin *sustain* maka perlu menerapkan 3P (Hadi, 2011, hal. 56). Konsep tersebut terdiri dari :

1. *Profit*, merupakan satu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai perusahaan, bahkan *mainstream* ekonomi yang dijadikan pijakan filosofis operasional perusahaan, profit merupakan orientasi utama perusahaan.
2. *People*, merupakan lingkungan masyarakat (*community*) dimana perusahaan berada. *Community* memiliki interrelasi kuat dalam rangka menciptakan nilai bagi perusahaan, hampir tidak mungkin perusahaan mampu menjalankan operasi secara *survive* tanpa didukung masyarakat sekitar.
3. *Planet*, merupakan lingkungan fisik (sumberdaya fisik) perusahaan. Lingkungan fisik memiliki signifikansi terhadap eksistensi perusahaan. Mengingat, lingkungan merupakan tempat dimana perusahaan menopang. Satu konsep yang tidak bisa diniscayakan adalah hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab-akibat. Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat.

2.2.4.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

ISO 26000 dalam (Syairozi, 2019, hal. 15-16) menyebutkan beberapa manfaat CSR bagi perusahaan, yaitu :

1. Mendorong lebih banyak informasi dalam pengambilan keputusan berdasarkan peningkatan pemahaman terhadap ekspektasi masyarakat, peluang jika kita melakukan tanggung jawab sosial (termasuk manajemen risiko hukum yang lebih baik) dan risiko jika tidak bertanggung jawab secara sosial.
2. Meningkatkan praktek pengelolaan risiko dari organisasi.
3. Meningkatkan reputasi organisasi dan menumbuhkan kepercayaan publik yang lebih besar.
4. Meningkatkan daya saing organisasi.
5. Meningkatkan hubungan organisasi dengan para *stakeholders* dan kapasitasnya untuk inovasi, melalui pasaran persepektif baru dan kontak dengan para *stakeholders*.
6. Meningkatkan loyalitas dan semangat kerja karyawan.
7. Memperoleh penghematan terkait dnegan peningkatan produktivitas dan efisiensi sumber daya, konsumsi air dan energy yang lebih rendah, mengurangi limbah, dan meningkatkan ketersediaan bahan baku.

8. Meningkatkan keandalan dan ekadiln transaksi melalui keterlibatan politik yang bertanggung jawab, persaingan yang adil, dan tidak adanya korupsi.
9. Mencegah atau mengurangi potensi konflik dengan konsumen tentang produk dan jasa.

2.2.4.4 Indikator Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Penelitian ini menggunakan indikator pengukuran dari *Global Reporting Initiative* (GRI) versi 4 dengan jumlah 91 pengungkapan. GRI versi 4 terdiri dari kategori ekonomi, lingkungan, dan kategori sosial yang terdiri dari aspek praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, aspek hak asasi manusia, aspek masyarakat, aspek tanggung jawab atas produk. GRI G-4 menyediakan kerangka yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang tersandarasi dalam pelaporan, yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat (globalreporting.org). Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$\text{CSR} = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah item yang ditetapkan GRI}}$$

2.3 Pengaruh Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Profitabilitas

Kinerja lingkungan merupakan salah satu hasil yang dicapai oleh perusahaan untuk menciptakan perusahaan yang bersih. Perusahaan dengan tingkat kinerja lingkungan

yang baik akan menghasilkan citra perusahaan yang baik pula. Adanya citra baik tersebut diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan yang nantinya dapat menarik minat investor karena laba yang dihasilkan cukup maksimal. Berdasarkan teori legitimasi yang menyatakan bahwa harus ada kesesuaian antara keberadaan perusahaan dengan nilai yang ada dalam lingkungan dan masyarakat, laporan tahunan perusahaan dapat menggamabarkan sejauh mana tanggung jawab lingkungan sehingga entitas dapat diterima baik oleh masyarakat (Ningtyas & Triyanto, 2017). Semakin baik kinerja lingkungan perusahaan maka akan berdampak positif pada profitabilitas perusahaan secara jangka panjang, yaitu dengan meningkatkan transaksi yang kemudian akan berdampak pada profitabilitas (Haryati & Rahardjo, 2013). Berdasarkan pernyataan tersebut hasil penelitian (Nisa et al, 2019) menemukan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian tersebut didukung oleh (Fitriani et al, 2014) menemukan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian (Putri et al, 2019) yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berdampak signifikan pada profitabilitas perusahaan. Dari uraian tersebut maka dapat diambil hipotesis yaitu :

H1 : Terdapat pengaruh positif signifikan kinerja lingkungan terhadap profitabilitas

2.3.2 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas

Corporate Social Responsibility dapat dilakukan dengan berbagai cara sebagai salah satu strategi dalam meminimalisir risiko dan meningkatkan

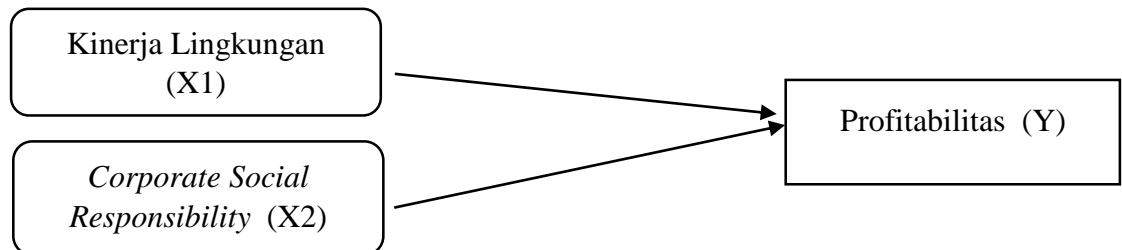
profitabilitas atau laba (Rosdwianti et al, 2016). Pelaksanaan CSR memberikan manfaat yang banyak salah satunya menurunkan biaya operasional perusahaan, meningkatkan volume penjualan, menarik calon investor melalui citra baik yang diciptakan perusahaan. Melalui CSR diharapkan mampu mencapai tujuan utama yaitu mencari laba yang maksimal tanpa mengabaikan kewajiban atau kepentingan *stakeholders* sebagai bentuk tanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan. Berdasarkan pernyataan tersebut hasil penelitian (Nurwahidah, 2016) menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil penelitian tersebut didukung oleh (Rosdwianti et al, 2016) yang membuktikan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian (Nagari et al, 2019) yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap profitabilitas. Dari uraian tersebut maka dapat diambil hipotesis kedua yaitu :

H2 : Terdapat pengaruh positif signifikan *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas.

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting (Sugiyono, 2010 , hal. 88). Kerangka konseptual dalam penelitian ini menggambarkan pengaruh biaya lingkungan, kinerja lingkungan, *Corporate Social*

Responsibility terhadap profitabilitas. Maka kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah :



Gambar 2.1

Kerangka Koseptual

2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian.

Hipotesis dalam rumusan ini adalah sebagai berikut :

H1 : Kinerja lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas

H2 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas