

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Literatur

2.1.1. Teori *Agency*

Teori *Agency* sangat sulit untuk diterapkan dan memiliki banyak kendala serta masih belum memadai, sehingga diperlukan suatu konsep yang lebih jelas mengenai perlindungan terhadap para stakeholders. Konsep tersebut harus berhubungan dengan masalah-masalah konflik kepentingan dan biaya-biaya agensi yang timbul, sehingga berkembang suatu konsep baru yang memperhatikan dan mengatur kepentingan-kepentingan para pihak terkait dengan kepemilikan dan pengoperasional (*stakeholders*) suatu perusahaan, yaitu konsep *good corporate governance* (Sembiring, 2020).

Teori *Agency* sebagai hubungan keagenan suatu kontrak, dimana satu orang atau lebih (prinsipal) meminta pihak lainnya (agen) untuk melaksanakan sejumlah pekerjaan atas nama prinsipal, yang melibatkan pendelegasian beberapa wewenang pembuatan keputusan kepada agen. teori agensi menggunakan tiga asumsi sifat manusia yaitu: 1. Manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*); 2. Manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*); 3. Manusia selalu menghindari risiko (*risk averse*) (Wardhani & Samrotun, 2020).

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa teori *Agency* adalah suatu kontrak di mana satu atau lebih pihak (prinsipal) meminta pihak lain (agen) untuk melakukan tugas tertentu atas nama prinsipal dan memberi mereka wewenang untuk membuat keputusan. Dalam teori agensi, pemilik sebagai

prinsipal dan manajer sebagai agen menjalankan perusahaan, sehingga akan ada masalah agensi.

2.2. *Environment Performance*

2.2.1. *Pengertian Environment Performance*

Kinerja lingkungan adalah pengelolaan aktivitas pada sebuah perusahaan yang ramah lingkungan, perusahaan akan mengelola sumber daya alam yang ada sehingga menghasilkan berbagai manfaat yang dapat digunakan oleh manusia, dengan dampak yang ditimbul dari limbah tidak merugikan kelestarian lingkungan. Kinerja lingkungan harus menjaga perusahaannya dengan agar tidak terjadi tindakan tuntutan dari masyarakat atau dari bagian stakeholder, agar perusahaan tersebut berjalan dengan baik (Lathifatussulalah & Dalimunthe, 2022).

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.

Kinerja lingkungan dianggap sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, tanggung jawab ini terkait dengan pemangku kepentingan. Kinerja lingkungan akan mendeskripsikan bagaimana perusahaan peduli terhadap lingkungan sekitar. Apabila lingkungan dan sumber daya di sekitar perusahaan terpelihara dengan baik, maka dapat ditentukan kinerja lingkungan perusahaan

tersebut baik. Untuk menilai kinerja lingkungan, digunakan laporan PROPER yang secara resmi dikeluarkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup mulai dari tahun 2002. Penilaian kinerja lingkungan melalui PROPER diklasifikasi dengan memberikan skor dan peringkat mulai dari angka 1 (satu) yang paling rendah hingga angka 5 (lima) yang paling tinggi. Peringkat PROPER dikategorikan menjadi 5 (lima) yaitu: emas, hijau, biru, merah, dan hitam (F. H. Siregar et al., 2020).

Tujuan diadakannya PROPER yaitu mendorong peningkatan kinerja perusahaan terhadap pengelolaan lingkungan. Program ini mengimbau perusahaan untuk dapat memberikan transparansi informasi kepada para stakeholders mengenai aktivitas pengelolaan lingkungan perusahaan. Melalui program ini, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan ketaatan dalam pengelolaan dan penataan lingkungan, karena hasil dari pemeringkatan ini akan diumumkan kepada publik, sehingga dapat membawa dampak bagi reputasi perusahaan (Riyadi et al., 2021)

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat dikatakan bahwa kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan yang menciptakan lingkungan yang baik dengan persyaratan tertentu. Kinerja lingkungan akan dianggap sebagai tanggung jawab sosial perusahaan oleh masyarakat atau stakeholder. Oleh karena itu, kinerja lingkungan menunjukkan seberapa peduli perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Jika lingkungan perusahaan sudah diperbaiki, maka kinerjanya juga akan baik. Kinerja lingkungan perusahaan harus terus diperbaiki untuk menghindari tuntutan masyarakat atau *stakeholder*, sehingga keberlangsungan hidup perusahaan dapat dipertahankan.

2.2.2. PROPER Sebagai Penilaian Kinerja Lingkungan

Dalam upaya meningkatkan etika perusahaan dalam menjaga lingkungan, Pemerintah Indonesia mengeluarkan program yang diberi nama *Public Disclosure Program for Environmental Compliance* (PROPER) yang berada dibawah pengawasan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. PROPER ini kemudian di atur dalam Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan No. 1 Tahun 2021 yang menyatakan bahwa PROPER adalah evaluasi kinerja perusahaan dalam mengelola lingkungan hidup. PROPER ini ditujukan untuk perusahaan yang terdaftar dalam pasar bursa atau hasil produknya untuk tujuan ekspsor. Perusahaan yang mengikuti PROPER juga dapat memenuhi kriteria harus memiliki kegiatan yang menimbulkan dampak terhadap lingkungan hidup, serta menjadi perhatian masyarakat (Sanjaya et al., 2023).

Indeks PROPER diterbitkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup melalui Keputusan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor:127/MENLH/2002, dan kemudian diperbarui melalui Peraturan Menteri LHK Nomor 1 Tahun 2021 yang berkaitan dengan Penilaian Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup. Program in mencakup evaluasi terhadap berbagai aspek, termasuk pengendalian pencemaran air, udara, pengelolaan limbah bahan beracun (B3), pengendalian pencemaran air laut, potensi kerusakan lahan, sistem manajemen lingkungan, penerapan efisiensi energy, mengurangi emisi, penerapan 4R (*reduce, reuse, recycle, recovery*) untuk limbah padat B3 dan non B3, melindungi keanekaragaman hayai, dan pengembangan pada masyarakat (Ashfahany et al., 2023).

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:

Tabel 2.1
Kriteria Peringkat PROPER

Peringkat Warna	Keterangan Peringkat
Emas	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.
Hijau	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.
Biru	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
Merah	Upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
Hitam	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.

Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup (2024)

2.3. Profitabilitas

2.3.1. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu rasio yang mengukur seberapa jauh kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan perbandingan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Kefektifan manajemen perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan total aktiva yang ada, baik aktiva lancar dan aktiva tidak lancar (Toni & Silvia, 2021).

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal biasanya. Perusahaan adalah sebuah organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan, dengan cara menjual produk (barang/jasa) kepada para pelanggannya. Tujuan operasional dari sebagian besar perusahaan adalah untuk memaksimalkan profit, baik profit jangka pendek maupun profit jangka panjang. Manajemen dituntut untuk meningkatkan imbal hasil (*return*) bagi pemilik perusahaan, sekaligus juga meningkatkan kesejahteraan karyawan. Ini semua hanya dapat terjadi apabila perusahaan memperoleh laba dari aktivitas bisnisnya (Thian, 2022).

Rasio profitabilitas mengungkapkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional yang dilakukan manajemen suatu perusahaan di mana sistem pencatatan kas kecil juga berpengaruh. Semakin tinggi nilai rasio maka kondisi perusahaan semakin baik. Nilai rasio yang tinggi melambangkan tingkat laba dan efisiensi perusahaan tinggi yang bisa dilihat dari tingkat pendapatan dan arus kas (HS & Anlia, 2021).

2.3.2. Tujuan Profitabilitas

Menurut Multazam et al., (2023) tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengukur dan menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- 2) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- 3) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Untuk mengukur produktifitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
- 6) Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

2.3.3. Manfaat Profitabilitas

Menurut Multazam et al., (2023) manfaat yang diperoleh adalah untuk:

- 1) Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- 2) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dan tahun sekarang.
- 3) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Mengetahui besarnya laba sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.3.4. Pengukuran Profitabilitas

Beberapa jenis rasio profitabilitas yang sering dipakai untuk meninjau kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dipakai adalah sebagai berikut (Ompusunggu & Wage, 2021):

1) Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Margin laba kotor merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase laba kotor terhadap pendapatan yang dihasilkan dari penjualan. Margin laba kotor mengukur efisiensi perhitungan harga pokok atau biaya produksi. Semakin besar margin laba kotor semakin baik (efisien) kegiatan operasional perusahaan yang menunjukkan harga pokok penjualan lebih rendah daripada penjualan yang berguna untuk audit operasional. Jika sebaliknya, maka perusahaan kurang baik dalam melakukan kegiatan operasional. Rumus perhitungan margin laba kotor sebagai berikut:

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

2) Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Margin laba bersih merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase laba bersih yang didapat setelah dikurangi pajak terhadap pendapatan yang diperoleh dari penjualan. Semakin tinggi margin laba bersih semakin baik operasi suatu perusahaan. Margin laba bersih dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

3) Rasio Pengembalian Aset (*Return on Assets Ratio*)

Tingkat pengembalian aset merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase keuntungan (laba) yang diperoleh perusahaan terkait sumber daya atau

total asset sehingga efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya bisa terlihat dari persentase rasio ini. Rumus *return On Asset* adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

4) Rasio Pengembalian Ekuitas (*Return On Equity*)

Rasio pengembalian ekuitas merupakan rasio profitabilitas untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham perusahaan tersebut yang dinyatakan dalam persentase. Rasio pengembalian ekuitas dihitung dari penghasilan perusahaan terhadap modal yang diinvestasikan oleh para pemilik perusahaan. ROE menunjukkan seberapa berhasil perusahaan mengelola modalnya sehingga tingkat keuntungan diukur dari investasi pemilik modal atau pemegang saham perusahaan. Rumus *Return On Equity* sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

5) Rasio Pengembalian Penjualan (*Return On Sales Ratio*)

Rasio pengembalian penjualan merupakan rasio profitabilitas yang menampilkan tingkat keuntungan perusahaan setelah pembayaran biaya-biaya variabel produksi. Rasio ini menunjukkan tingkat keuntungan yang diperoleh dari setiap rupiah penjualan yang juga disebut margin operasional. Berikut ini rumus untuk menghitung ROS:

$$\text{Return On ASales} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Penjualan}}$$

6) Pengembalian Modal Yang Digunakan (*Return On Capital Employed*)

Return On Capital Employed adalah rasio profitabilitas yang mengukur keuntungan perusahaan dari modal yang dipakai dalam bentuk persentase (%).

Modal yang dimaksud adalah ekuitas suatu perusahaan ditambah kewajiban tidak lancar atau total asset dikurangi kewajiban lancar. ROCE mencerminkan efisiensi dan profitabilitas modal atau investasi perusahaan. Laba sebelum pengurangan pajak dan bunga dikenal dengan istilah “EBIT” yaitu *earning before interest and tax*. Berikut adalah rumus yang sering digunakan untuk menghitung ROCE:

$$ROCE = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Modal Kerja}}$$

Atau

$$ROCE = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak dan Bunga}}{(\text{Total Aset} - \text{Kewajiban})}$$

7) *Return On Investment* (ROI)

Return On Investment merupakan rasio profitabilitas yang dihitung dari laba bersih setelah dikurangi pajak terhadap total aktiva. ROI berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan terhadap jumlah aktiva secara keseluruhan yang tersedia pada perusahaan. Semakin tinggi rasio maka semakin baik kondisi suatu perusahaan. Rumus *return on investment* adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

8) *Earning Per Share* (EPS)

Earning per share merupakan rasio profitabilitas yang menilai tingkat kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba untuk perusahaan. Manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat memperhatikan EPS karena menjadi indikator keberhasilan suatu perusahaan. Rumus EPS adalah sebagai berikut:

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak} - \text{Dividen Saham Preferen}}{\text{Jumlah Saham Biasa yang Beredar}}$$

2.4. *Managerial Ownership*

Kepemilikan manajerial sebagai persentase saham yang dimiliki oleh manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan yang meliputi komisaris dan direksi. Kepemilikan manajemen merupakan salah satu mekanisme yang dipergunakan agar pengelola melakukan aktivitas sesuai kepentingan pemilik perusahaan. Kepemilikan manajerial dimaksudkan untuk memberi kesempatan manajer terlibat dalam kepemilikan saham, sehingga kedudukan manajer sejajar dengan pemilik perusahaan. Kepemilikan manajerial yaitu para pemegang saham yang juga berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dan pemilik manajer secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan. Kepemilikan seorang manajer akan ikut menentukan kebijakan dan pengambilan keputusan. Manajer dalam hal ini memegang peranan penting karena manajer melaksanakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan serta pengambilan keputusan (Fahmi & Nabila, 2020).

Kepemilikan manajerial dapat membantu penyatuan kepentingan antara pemegang saham dan manajer. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa kepemilikan saham oleh manajerial dapat mengurangi konflik keagenan. Dikarenakan segala keputusan yang diambil oleh pihak manajer akan dirasakan langsung oleh manajer karena turut serta memiliki perusahaan tersebut. Sehingga kepemilikan manajerial yang cukup tinggi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (Rahmadi & Wahyudi, 2021).

Kepemilikan manajerial juga berhasil menjadi mekanisme untuk mengurangi masalah keagenan dari manajer dengan menyelaraskan kepentingan-kepentingan manajer dengan pemegang saham. Sehingga permasalahan keagenan dapat diasumsikan akan hilang jika seorang manajer dianggap sebagai seorang pemilik. Pihak manajemen yang memiliki saham sudah barang tentu mengetahui kondisi perusahaan yang sesungguhnya karena dia memiliki akses langsung kepada internal perusahaan dan dia akan memastikan investasinya berhasil. Dengan lebih sedikitnya konflik kepentingan yang akan terjadi di dalam perusahaan karena manajer adalah pemilik saham perusahaan yang juga berorientasi terhadap kemajuan perusahaan (Maulana, 2020).

Kepemilikan manajerial artinya proporsi saham biasa yang dimiliki sang para manajemen (direksi dan komisaris) yang diukur asal persentase jumlahsaham manajemen.dengan adanya kepemilikan manajerial bisa menekan problem keagenan, serta semakin besar kepemilikan manajerial dalam perusahaan maka manajemen akan lebih giat buat menaikkan kinerjanya sebab manajemen memiliki tanggung jawab buat memenuhi cita-cita dari pemegang saham yang tak lain ialah dirinya sendiri menggunakan mengurangi resiko keuangan perusahaan melalui penurunan taraf hutang. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya persentase kepemilikan saham sang pihak manajemen perusahaan. Bagian hak kepemilikan saham manajerial ini diberikan sang pemegang saham menggunakan harapan bahwa para pengelola perusahaan bisa lebih mempunyai *sense of belonging* sehingga loyalitas, dedikasi, serta produktivitasnya bisa lebih meningkat terhadap perusahaan (Reysa et al., 2022).

Kepemilikan manajerial akan menanggung konsekuensi dari kebijakan yang diambil sehingga manajer lebih waspada dalam mengambil keputusan mengenai penggunaan hutang, dan adanya kepemilikan manajerial bisa menyelaraskan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham. Semakin besar proporsi kepemilikan saham yang dimiliki manajer maka akan menurunkan tingkat hutang sehingga dapat mengurangi tingkat risiko yang dialami perusahaan. Data rasio yang diambil adalah data variabel kepemilikan manajerial yang diproksi dengan *managerial ownership* (MOWN) (Adnin & Triyonowati, 2021).

Kepemilikan saham manajerial dapat membantu menyatukan kepentingan antara manajer dan pemegang saham, yang berarti semakin meningkat proporsi kepemilikan saham manajerial maka semakin baik kinerja perusahaan tersebut. Kepemilikan manajerial juga dapat meningkatkan rasa tanggung jawab manajemen yang lebih besar dalam menjalankan amanah untuk memenuhi keinginan dari pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri (Wardhani & Samrotun, 2020).

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *managerial ownership* atau kepemilikan manajerial adalah persentase saham yang dimiliki oleh manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan yang meliputi komisaris dan direksi. Semakin besar proporsi kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki manajer maka akan menurunkan tingkat hutang sehingga dapat mengurangi tingkat risiko yang dialami perusahaan.

Kepemilikan manajerial dapat diukur menggunakan rasio managerial ownership, yaitu pengukuran yang dilakukan dengan presentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen perusahaan seperti dewan direksi dan dewan komisaris kemudian dibagi dengan jumlah saham yang beredar. Kepemilikan Manajerial dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Yamasitha et al., 2024):

$$MAN = \frac{\text{Jumlah Saham yang dimiliki manajemen}}{\text{Total Keseluruhan Saham}} \times 100\%$$

2.5. *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) Pasal 1 angka 3 menerangkan jika tanggung jawab sosial serta lingkungan merupakan komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi keberlanjutan guna tingkatkan mutu kehidupan serta lingkungan yang bermanfaat, baik untuk perseroan sendiri, komunitas setempat, ataupun masyarakat pada umumnya. *Corporate social responsibility* juga dapat diartikan sebagai kewajiban dari pengelola bisnis atau manajer untuk memilih berbagai alternatif keputusan serta menjalankannya dengan cara yang dapat memberikan manfaat bagi kepentingan perusahaan dan masyarakat umum (Putra et al., 2022).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan proses komunikasi dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Dalam kegiatan operasinya, perusahaan sering menimbulkan masalah pada lingkungan dan masyarakat seperti masalah sosial, polusi, sumberdaya, dan limbah (Yadnya, 2022).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab dan kewajiban sosial perusahaan terhadap wilayah setempat sebagai campuran tugas bisnis dengan menitikberatkan pada moral, peraturan, pasar, mendukung mitra, pembeli, peredaran tenaga kerja dan produk, dan lain-lain yang memiliki dampak langsung atau koneksi backhand langsung ke organisasi. CSR dicirikan sebagai perpaduan kegiatan bisnis dan keuntungan dari semua kepentingan mitra, termasuk pelanggan, penyedia tenaga kerja dan produk, pendukung keuangan dan iklim yang tercermin dalam pendekatan dan kegiatan organisasi. CSR adalah mengarahkan bisnis dengan cara yang melampaui apa yang diharapkan oleh moral, peraturan, pasar, dan lebih dari apa pun yang diantisipasi populasi secara keseluruhan dari bisnis. CSR dapat mengacu pada aturan untuk membuat sampel latihan kewajiban sosial perusahaan. Panduan ini diberikan oleh GRI, dan dikenal sebagai laporan rawatan. Aturan yang dijadikan sebagai bahan acuan dalam pengungkapan CSR adalah Global Reporting Index (GRI). GRI adalah organisasi berbasis asosiasi yang telah memelopori kemajuan dunia, menggunakan sistem pengungkapan manajemen yang paling umum digunakan dan berfokus pada peningkatan dan pelaksanaan terus-menerus di seluruh dunia. Organisasi akan dievaluasi seberapa banyak paparan sesuai dengan petunjuk untuk mengelompokkan tingkat wahyu. Pointer yang terlibat adalah penanda yang ada di GRI (Saputra et al., 2022).

CSR merupakan sebuah system agar *corporate* dengan cuma-cuma mau memberikan perhatiannya ke dalam masyarakat di dalam kegiatan usahanya dan berinteraksi bersama para *stock holders*, bukan hanya profit semata sebagai tujuan utama korporasi (Naek & Tjun Tjun, 2020).

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Komunikasi dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok tertentu dan masyarakat secara keseluruhan dikenal sebagai CSR. Perusahaan sering menimbulkan masalah lingkungan dan masyarakat seperti polusi, sumber daya, dan limbah selama operasinya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah istilah yang mengacu pada tanggung jawab dan kewajiban sosial perusahaan terhadap komunitas lokal. CSR mencakup hal-hal seperti peraturan, moral, pasar, dukungan mitra, pembeli, peredaran tenaga kerja, dan produk, serta hal-hal lainnya yang memiliki hubungan langsung atau tidak langsung dengan organisasi.

Rumus perhitungan CSRD adalah sebagai berikut (Idayanti et al., 2024):

$$\text{Corporat Social Responsibility Dislosure} = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRD = *Corporate Social Responsibility Disclosure*

n_j = Jumlah item perusahaan

$\sum X_{ij}$ = I : jika item I diungkapkan; 0; jika item I tidak diungkapkan

2.6. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan penelitian selanjutnya sehingga peneliti dapat membandingkan hasil dari penelitian dengan hasil yang didapatkan oleh peneliti. Pada tabel 2.2 adalah daftar penelitian terdahulu yaitu:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
----	-------	---------------------	------------------

Nama dan Tahun Penelitian		
1	Mohamad Rizky Saputra Dkk (2022), Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan DOI: https://doi.org/10.21009/japa.0301.11 ISSN: 2722-9823 1) Profitabilitas 2) Ukuran Perusahaan 3) CSR 4) Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas secara tegas mempengaruhi nilai perusahaan, ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan, CSR tidak memengaruhi nilai perusahaan.
2	Dewi Susiana Maulida & Indah Kristianti (2023), Pengaruh Kinerja Lingkungan, Kinerja Keuangan Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Sebagai Variabel Moderating DOI: https://doi.org/10.56174/jrpma.v7i1.111 E - ISSN : 2541-6669 1) Kinerja Lingkungan 2) Kinerja Keuangan 3) Kepemilikan Manajerial 4) Nilai Perusahaan 5) CSR	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak dapat memoderasi hubungan antara kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan. CSR dapat memoderasi hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan, CSR tidak dapat memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan
3	Putri Handayani dan Novera Kristianti Maharani (2021), Pengaruh Kinerja Lingkungan, Ukuran Perusahaan, dan 1) Kinerja Lingkungan 2) Ukan Perusahan 3) Profitabilitas 4) Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian kinerja lingkungan dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh

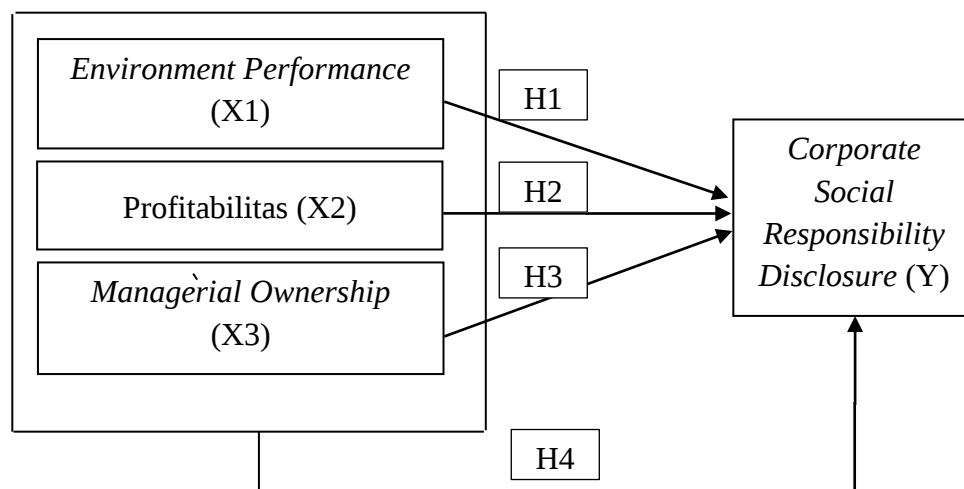
Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan ISSN: 2715-0186 DOI:http://dx.doi.org/10.54783/japp.v4i1.446	positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, serta profitabilitas sebagian berdampak positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun, secara bersamaan kinerja lingkungan, ukuran perusahaan, dan profitabilitas adalah beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4 Arifatul Aini & Tita Djuitaningsih (2023), Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan ISSN:2715-7539 DOI: https://doi.org/10.52166/jsps.v4i1.152	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja dan pengaruh lingkungan memiliki efek positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan profitabilitas berdampak negatif pada pengungkapan CSR. Sementara itu, ukuran perusahaan dan kepemilikan saham publik tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR.

Adinda Purnama Syane & Jaeni (2021), Pengaruh <i>Corporate Governance</i>, Kinerja Lingkungan, Dan 5 Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR DOI: http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.351 ISSN: 2597-8829	1) <i>Corporate governance</i> 2) Kinerja lingkungan 3) Ukuran Perusahaan 4) Pengungkapan CSR	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan, yaitu kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial, tidak berpengaruh terhadap CSRD. Sedangkan lingkungan berpengaruh positif terhadap CSRD dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSRD perusahaan.
--	--	---

Sumber: (Saputra et al., 2022), (Maulida & Kristianti, 2023) ,(Handayani & Maharani, 2021), (Aini & Djuitaningsih, 2023) , (Syane & Jaeni, 2021)

2.7. Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual merupakan dasar pemikiran yang dapat digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah. Biasanya kerangka penelitian ini menggunakan pendekatan ilmiah dan memperlihatkan hubungan antar variabel dalam proses analisisnya. Penelitian pengaruh *environment performance*, *profitabilitas*, dan *managerial ownership* terhadap *corporate social responsibility (CSR) disclosure* yang berfokus pada variabel *environment performance*, *profitabilitas*, dan *managerial ownership* terhadap *corporate social responsibility (CSR) disclosure*, secara grafis gambar dibawah ini dapat digunakan sebagai gambaran dalam menganalisis dan memecahkan permasalahan dalam penelitian ini. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis menyimpulkan kerangka berfikir dalam penelitian ini sebagai penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.8. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2018). Berdasarkan pengertian diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh *Environmental performances* terhadap *corporate social responsibility (CSR) disclosure*

Semakin tinggi kinerja lingkungan dari perusahaan tersebut maka semakin tinggi pula pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan yang bersangkutan. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang tepat dan sesuai harapan *stakeholder* sehingga mampu memberikan sinyal berupa berita baik (*good news*) yang diberikan oleh manajemen kepada publik bahwa perusahaan memiliki prospek yang bagus di masa depan dan memastikan terciptanya *sustainability development*. Hal ini secara praktis berimplikasi bagi perusahaan dalam rangka merumuskan strategi dalam meningkatkan

pengungkapan *corporate social responsibility* seperti membuat laporan keberlanjutan (*sustainability report*) sesuai standar yang berlaku sehingga pemegang saham serta pemangku kepentingan lainnya dapat lebih mudah dalam menilai kinerja *corporate social responsibility* perusahaan (Dewi & Budiasih, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Syane & Jaeni, 2021) *Environment performance* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Organisasi/konsorsium yang memiliki kinerja lingkungan yang baik akan cenderung memiliki CSRD yang lebih banyak dibandingkan dengan organisasi/konsorsium yang memiliki kinerja lingkungan yang buruk, yang dapat memberikan berita baik bagi masyarakat.

H₁: *Environment performance* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility (CSR) disclosure*

b. Pengaruh *Profitabilitas* terhadap *corporate social responsibility (CSR) disclosure*

Perusahaan memperoleh keuntungan dari pemanfaatan sumber daya tersebut, tetapi masyarakat menanggung akibatnya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, perusahaan harus bertanggung jawab untuk mengembalikan sebagian keuntungan yang diperoleh demi kebaikan masyarakat dan memberikan timbal balik kepada para pihak yang terlibat. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan tindakan tanggung jawab sosial dan menjadi bagian integral dari operasinya. Perusahaan harus memberikan sebagian keuntungan mereka untuk program CSR karena tanggung jawab sosial adalah aktivitas yang dihasilkan oleh prestasi operasinya terhadap masyarakat dan lingkungan secara langsung dan tidak langsung. Kemampuan perusahaan untuk memperoleh

keuntungan menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas tinggi akan meningkatkan pengungkapan CSR melalui aktivitas operasional perusahaan yang memenuhi standar yang telah ditentukan. Dengan biaya yang tinggi, manajemen harus mengungkapkan informasi untuk mengurangi risiko pandangan negatif, sehingga profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Baroroh & Kusumawati, 2024).

H₂: Profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility (CSR) disclosure*

c. Pengaruh *Managerial Ownership* terhadap *corporate social responsibility (CSR) disclosure*

Semakin banyak saham yang dimiliki manajemen maka semakin luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Teori agensi yang menjelaskan tentang hubungan kerja antara pemegang saham dengan manajemen. Semakin banyak kepemilikan manajerial dalam perusahaan, maka semakin produktif tindakan manajer untuk memaksimalkan nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR. Salah satu cara untuk menunjukkan pengungkapan csr yaitu dengan manajer memaksimalkan nilai perusahaan untuk meningkatkan benefit manajer yang juga sekaligus meningkatkan image perusahaan. Dengan demikian, apabila image perusahaan bagus maka akan menarik para investor untuk menanamkan modal pada perusahaan (Erawati & Sari, 2021). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rizky. H et al., 2019) *Managerial Ownership* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Kepemilikan manajemen adalah proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan Dengan adanya kepemilikan

manajemen dalam perusahaan maka dapat menimbulkan dugaan bahwa nilai perusahaan dapat meningkat jika kepemilikan manajemen meningkat.

H₃: *Managerial Ownership* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility (CSR) disclosure*

d. Pengaruh *Environmental performances, Profitabilitas, dan Managerial Ownership* terhadap *corporate social responsibility (CSR) disclosure*

Semakin tinggi kinerja lingkungan dari perusahaan tersebut maka semakin tinggi pula pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan yang bersangkutan. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang tepat dan sesuai harapan *stakeholder* sehingga mampu memberikan sinyal berupa berita baik (*good news*) yang diberikan oleh manajemen kepada publik bahwa perusahaan memiliki prospek yang bagus di masa depan dan memastikan terciptanya *sustainability development*. (Dewi & Budiasih, 2022).

Faktor lain yang mempengaruhi *CSR disclosure* dalam suatu perusahaan adalah profitabilitas. Karena perusahaan yang menghasilkan banyak uang dianggap mampu membiayai kegiatan sosial, perusahaan akan memperoleh respons yang baik dari masyarakat. Ada dua definisi profitabilitas: potensi besar untuk menghasilkan keuntungan untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas yang lebih tinggi sebanding dengan informasi sosial yang diungkapkan. Profitabilitas yang tinggi juga dapat mendukung pengungkapan CSR yang lebih besar, karena laba perusahaan meningkat, yang memungkinkan perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih banyak dalam laporan keuangan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi memiliki lebih banyak sumber daya untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan dan memiliki lebih banyak waktu untuk mengungkapkannya dalam laporan keuangan. Selain profitabilitas kepemilikan manajerial juga mempengaruhi CSR perusahaan. Semakin tinggi kepemilikan manajer dalam perusahaan, semakin efektif tindakan manajer untuk meningkatkan nilai perusahaan yang akan memberikan keuntungan bagi manajer dan pemilik perusahaan. Meskipun harus menyisihkan sumber daya, manajer akan menampilkan informasi sosial demi meningkatkan reputasi perusahaan. Semakin besar kepemilikan manajerial, semakin besar pula penganutkan program CSR yang dilakukan. Proporsi kepemilikan saham oleh manajerial akan mendorong mereka untuk meningkatkan kinerja demi memaksimalkan nilai dan citra perusahaan melalui pengungkapan tanggung jawab sosial, meskipun dengan mengorbankan sumber daya (Erawati & Herlina, 2021).

H₄: *Environment performance, Profitabilitas, dan Managerial Ownership* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility (CSR) disclosure*