

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Kinerja Lingkungan**

###### **2.1.1.1 Pengertian Kinerja Lingkungan**

Kinerja lingkungan didefinisikan sebagai kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik dan melestarikan lingkungan (Suratno *et al*, 2006). Menurut Lankoski (2000) dalam Sulistiawati dan Dirgantari (2016) konsep kinerja lingkungan merujuk pada tingkat kerusakan lingkungan hidup yang disebabkan oleh kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Tingkat kerusakan lingkungan yang lebih rendah menunjukkan kinerja lingkungan yang baik dari perusahaan. Begitu pula sebaliknya, semakin tinggi tingkat kerusakan lingkungan maka kinerja lingkungan perusahaan dinilai semakin buruk juga.

Menurut ISO 14001 kinerja lingkungan adalah :

“hasil yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek-aspek lingkungannya, serta pengkajian kinerja lingkungan yang didasarkan pada kebijakan lingkungan, sasaran lingkungan dan target lingkungan.”

Menurut Saadah dan Nurlaeli (2017) yang menjabarkan pengertian kinerja lingkungan sebagai berikut :

“Kinerja lingkungan adalah metode yang efektif untuk menilai laporan berkelanjutan mengenai sumber daya alam yang dilakukan oleh organisasi. Dalam situasi saat ini, mayoritas perusahaan melakukan sistem manajemen lingkungan untuk meningkatkan daya saing bisnis yang lebih baik.”

Jadi dengan demikian kinerja lingkungan ialah seluruh kegiatan dan aktivitas perusahaan yang memperlihatkan kinerja perusahaan dalam menjaga lingkungan sekitarnya serta melaporkannya kepada pihak yang bersangkutan. Kinerja lingkungan dibuat dalam bentuk peringkat oleh suatu lembaga yang berkaitan dengan lingkungan hidup. Di Indonesia, kinerja lingkungan perusahaan dinilai dan dievaluasi melalui program yang dibuat oleh Kementerian Lingkungan Hidup yang disebut PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup).

#### **2.1.1.2 Pengukuran Kinerja Lingkungan**

Kementerian lingkungan hidup melakukan program pemeringkatan kinerja lingkungan perusahaan yang disebut dengan PROPER. Penilaian Peringkat Kinerja Penataan dalam Pengelolaan Lingkungan ini mulai dikembangkan sejak tahun 1995 dan diperluas pada tahun 2002. Kinerja penataan yang dinilai dalam PROPER mencakup ([www.menlh.go.id](http://www.menlh.go.id)):

- a. Penataan terhadap pengendalian pencemaran air
- b. Penataan terhadap pengendalian pencemaran udara
- c. Pengelolaan limbah B3
- d. Penerapan AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan)

Kinerja lingkungan dalam penelitian ini diukur menggunakan PROPER, dimana dalam PROPER terbagi menjadi lima kategori dengan masing-masing skor yaitu yang terbaik EMAS (5), HIJAU (4), BIRU (3), MERAH (2), dan HITAM (1). Perusahaan akan diberi penilaian warna emas apabila perusahaan tersebut telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dan telah melakukan upaya 3R (Reduce, Reuse, Recycle), menerapkan sistem pengelolaan lingkungan yang berkesinambungan, serta melakukan upaya-upaya yang berguna bagi kepentingan masyarakat pada jangka panjang.

Perusahaan akan diberikan warna Hijau apabila telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (*beyond compliance*) melalui pelaksanaan sistem manajemen lingkungan, pemanfaatan sumberdaya secara efisien dan melakukan upaya pemberdayaan masyarakat dengan baik. Perusahaan akan diberikan warna Biru apabila telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan yang berlaku. Perusahaan akan diberikan penilaian warna Merah apabila melakukan upaya pengelolaan lingkungan, tetapi baru sebagian kecil mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan. Perusahaan diberikan penilaian warna Hitam apabila belum melakukan upaya pengelolaan lingkungan berarti, secara sengaja tidak melakukan upaya pengelolaan lingkungan sebagaimana yang dipersyaratkan serta berpotensi mencemari lingkungan.

Tabel 2.1

## Skor Peringkat Kinerja Penataan Perusahaan dalam PROPER

Peringkat Warna	Keterangan	Skor
Emas	Perusahaan tersebut telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dan telah melakukan upaya 3R (Reduce, Reuse, Recycle), menerapkan sistem pengelolaan lingkungan yang berkesinambungan, serta melakukan upaya-upaya yang berguna bagi kepentingan masyarakat pada jangka panjang.	5
Hijau	Apabila perusahaan telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan ( <i>beyond compliance</i> ) melalui pelaksanaan sistem manajemen lingkungan, pemanfaatan sumberdaya secara efisien dan melakukan upaya pemberdayaan masyarakat dengan baik.	4
Biru	Telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang disyaratkan sesuai dengan ketentuan dan atau peraturan perundangan.	3

Merah	Telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan, tetapi baru sebagian kecil mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.	2
Hitam	Perusahaan belum melakukan upaya pengelolaan lingkungan berarti, secara sengaja tidak melakukan upaya pengelolaan lingkungan sebagaimana yang dipersyaratkan serta berpotensi mencemari lingkungan.	1

Sumber : [www.menlh.go.id](http://www.menlh.go.id)

## **2.1.2 Corporate Social Responsibility (CSR)**

### **2.1.2.1 Pengertian Corporate Sosial Responsibility**

Banyak istilah tentang tanggungjawab perusahaan, dalam perundang-undangan menggunakan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau corporate social responsibility atau kadangkala orang menyebut juga dengan *business social responsibility* atau *corporate citizenship* atau *corporate responsibility* atau *business citizenship*. Istilah-istilah diatas sama artinya dan sering digunakan untuk merujuk pengertian CSR (Marnelly, 2012).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), yaitu:

*"Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the community and society at large."*

*Corporate sosial responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, dan masyarakat setempat (lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

Sedangkan menurut Widjaja & Yeremia (2008) CSR merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan segala hal (stakeholder) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (sustainability) perusahaan tersebut.

*Corporate sosial responsibility* lebih dari sekedar perbuatan etika, tetapi merupakan harapan sosial. Di seluruh dunia, terjadi peningkatan harapan masyarakat terhadap suatu organisasi agar mereka menjadi warga negara yang baik, memberikan kontribusi positif kepada masyarakat di sekeliling mereka. Pada saat ini sangat penting diperhatikan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan bukanlah praktek tertutup atau bentuk kegiatan yang tidak rutin, bukan pula kegiatan yang melibatkan inisiatif yang didorong motivasi pemasaran dan manfaat hubungan masyarakat. Seharusnya *corporate sosial responsibility* adalah suatu kelengkapan yang komprehensif dari kebijakan yang menyatu melalui operasi bisnis dan proses

pengambilan keputusan yang didukung dan dihargai pula oleh manajemen puncak (Kiroyan, 2006).

Dari berbagai definisi di atas, *corporate sosial responsibility* pada dasarnya mempunyai tujuan dan persepsi yang sama dan dapat disimpulkan bahwa *corporate sosial responsibility* merupakan kewajiban dan komitmen bisnis perusahaan atau organisasi yang berkaitan dengan nilai-nilai etika dan hukum untuk berintegrasi dan kepedulian terhadap konsumen, para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, para stakeholder dan masyarakat setempat dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

#### **2.1.2.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Dzharo (2012) dalam Mardikanto (2018:137), mengemukakan bahwa beberapa manfaat CSR bagi perusahaan, adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Citra Perusahaan. Dengan melakukan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*), konsumen dapat lebih mengenal perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat.
2. Memperkuat “*Brand*” Perusahaan. Melalui kegiatan memberikan *product knowledge* kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis, dapat menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi brand perusahaan.
3. Mengembangkan kerjasama dengan Para Pemangku Kepentingan.

4. Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri, jadi harus dibantu dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas lokal. Maka perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.
5. Membedakan Perusahaan dengan Pesaingnya. Jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan komparatifnya sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.
6. Menghasilkan Inovasi dan Pembelajaran untuk Meningkatkan Pengaruh Perusahaan. Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreativitas. Merencanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.

### **2.1.2.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Hendriksen (2002:428) menyatakan bahwa dalam pengertian luasnya, pengungkapan berarti penyampaian informasi (*release of information*). Para akuntan cenderung menggunakan kata ini dalam pengertian yang agak terbatas yaitu:

“Penyampaian informasi keuangan tentang suatu perusahaan di dalam laporan keuangan biasanya laporan tahunan. Penyampaian informasi di dalam neraca, laporan laba rugi, serta laporan arus kas dalam pengakuan pengukuran.”

Pengungkapan (*disclosure*) berkaitan dengan penjelasan hal-hal informatif yang dianggap penting dan bermanfaat bagi pemakai laporan keuangan (Suwarddjono,

2011:134) dalam Purnama (2018). Tujuan pengungkapan adalah untuk menyediakan informasi yang relevan untuk pemakai laporan keuangan untuk mereka mengambil keputusan dengan cara terbaik yang mungkin dengan pembatasan bahwa manfaatnya harus melebihi dari biayanya. Hal ini menyiratkan bahwa informasi yang tidak material atau relevan dihilangkan agar penyajian mempunyai arti yang dapat dimengerti (Hendriksen, 2002:430).

#### 2.1.2.4 Kategori Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dikutip dari ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)) *Global Reporting Initiative* (GRI) merupakan:

“organisasi internasional independen yang memelopori pelaporan keberlanjutan sejak tahun 1997. (GRI) pertama kali disusun oleh *The Boston-based Coalition on Environmentally Responsible Economies* (CERES) bekerjasama dengan Tellus Institute. GRI memprakarsai dan mengembangkan *Sustainability Reporting Framework* yang berlaku diseluruh dunia, yang memungkinkan organisasi untuk mengukur dan melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan, sosial, dan tata kelola. GRI tersedia sebagai sarana internal untuk mengevaluasi konsistensi kebijakan *sustainability* perusahaan dan strategi yang digunakan, serta kegiatan aktual lainnya.”

Standar pelaporan keberlanjutan GRI (Standar GRI) adalah standar global pertama dan paling banyak digunakan untuk *sustainability reporting*. Pelaporan dengan standar GRI mendukung perusahaan, publik dan swasta, besar dan kecil, melindungi lingkungan dan meningkatkan masyarakat, sementara pada saat yang sama berkembang secara ekonomi dengan meningkatkan pemerintahan dan hubungan pemangku kepentingan, meningkatkan reputasi dan membangun kepercayaan.

([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org))

Dalam standar *Global Reporting Initiative* (GRI G4) indikator kinerja dibagi menjadi 3 kategori komponen utama, diantaranya kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial yang mencakup praktik tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia (HAM), masyarakat, dan tanggung jawab produk dengan total 91 item pengungkapan dalam GRI G4. Pengukuran CSR pada dasarnya yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan diberi nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSR adalah sebagai berikut:

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

(Dirgantari *et al*, 2016)

Keterangan:

$CSRI_j$  = *Corporate Social Responsibility Disclosure index* perusahaan j

$N_j$  = Jumlah item untuk perusahaan j

$X_{ij}$  = *Dummy* variabel: 1 : jika item i diungkapkan; 0 : jika item i tidak diungkapkan

## **2.1.3 Profitabilitas**

### **2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas**

Telah kita ketahui bahwa tujuan utama yang diharapkan oleh suatu perusahaan dalam kegiatan usahanya adalah menghasilkan laba secara optimal dengan menggunakan sumber daya secara efektif dan efisiensi untuk kelangsungan hidup perusahaan. Tujuan inilah yang selama bertahun-tahun menjadi doktrin di sekolah-sekolah bisnis, bahwa tujuan satu-satunya perusahaan adalah mencapai laba semaksimal mungkin.

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Pada dasarnya penggunaan rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan (Kasmir 2017:196). Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur seberapa jauh kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penjualannya, dari aset-aset yang dimilikinya, atau dari ekuitas yang dimilikinya (Husnan dan Pudjiastuti, 2015:76).

Pengukuran rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada di dalam laporan laba rugi dan/atau neraca. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode. Tujuannya adalah untuk memonitor dan

mengevaluasi tingkat perkembangan profitabilitas perusahaan dari waktu ke waktu.

Rasio-rasio yang digunakan dalam mengukur profitabilitas adalah sebagai berikut :

A. Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

NPM adalah besarnya laba bersih perusahaan dibandingkan dengan penjualannya (Brigham dan Houston, 2013:107). Semakin tinggi NPM, semakin baik operasi suatu perusahaan. Secara matematis NPM dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Penjualan}}$$

B. *Return on Equity* (ROE)

Menurut Kasmir (2016:204) ROE adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Secara matematis ROE dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Modal}}$$

C. *Return on Investment* (ROI)

ROI merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan (Kasmir, 2016:137). Secara matematis ROI dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

D. *Return on Assets (ROA)*

ROA digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki (Kasmir, 2016:201). Secara matematis ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

**2.1.3.2 Return on Assets (ROA)**

*Return on Assets (ROA)* merupakan salah satu rasio profitabilitas. Dalam analisis laporan keuangan, rasio ini paling sering disoroti, karena mampu menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan. Aset atau aktiva yang dimaksud adalah keseluruhan harta perusahaan, yang diperoleh dari modal sendiri maupun dari modal asing yang telah diubah perusahaan menjadi aktiva-aktiva perusahaan yang digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Murni *et al* (2012) mengemukakan, *Return on Assets (ROA)* merupakan salah satu rasio untuk mengukur profitabilitas perusahaan, yaitu dengan membagi laba bersih dengan total aktiva. Dimana total aktiva dapat diperoleh dari total aktiva awal tahun ditambah total aktiva akhir tahun dibagi dua. ROA disebut juga *Earning Power* karena rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan

dari setiap satu rupiah asset yang digunakan. ROA mengukur berapa persentase laba bersih terhadap total aktiva perusahaan tersebut. Dengan mengetahui rasio ini dapat mengetahui bahwa semakin positif nilai ROA nya maka menunjukkan kinerja keuangan yang baik.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian penulis dapat diikhtisarkan sebagai berikut:

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variable	Hasil Penelitian
1.	Eiffeliena Nuraini F (2010)	Pengaruh <i>Environmental Performance</i> Dan <i>Enviromental Diclosure</i> Terhadap <i>Economic Performance</i> (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	<i>Environmental Performance</i> <i>Enviromental Diclosure</i> <i>Economic Performance</i>	Menunjukkan bahwa <i>Environmental Performance</i> dan <i>Enviromental Diclosure</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Economic Performance</i>
2.	Irena Marchelina (2018)	Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Pengungkapan Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang terdaftar di Bursa Efek	Kinerja Lingkungan Pengungkapan Lingkungan Kinerja Keuangan	Menunjukkan bahwa secara parsial dan secara simultan kinerja lingkungan dan pengungkapan lingkungan berpengaruh terhadap kinerja keuangan

		Indonesia Periode Tahun 2012-2016)		
3.	Fipit Fitriani, Nurlaeli, dan Yuni Rosdiana (2015)	Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas dengan Variabel Moderator Pengungkapan Informasi Lingkungan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2013)	Kinerja Lingkungan Profitabilitas Pengungkapan Informasi Lingkungan	Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas
4.	Multafia Almar, Rima Rachmawati, dan Asfia Murni (2012)	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan	Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Profitabilitas	Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) menunjukan pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas
5.	Farid Garning Sansail (2015)	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sub Sektor Pertambangan Logam dan Mineral yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2013)	Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Profitabilitas	Menunjukkan bahwa pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh secara signifikan terhadap <i>return on equity</i> dan <i>return on investment</i>

6.	Dedi Putra dan Indah Lutfia Utami (2017)	Pengaruh <i>Enviromental Performance</i> Terhadap <i>Enviromental Disclosure</i> dan <i>Economic Performance</i> (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di BEI)	<i>Enviromental Performance</i>  <i>Enviromental Disclosure</i>  <i>Economic Performance</i>	Menunjukkan bahwa <i>Enviromental Performance</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Enviromental Disclosure</i> dan <i>Economic Performance</i>
----	--	---	--	--

## 2.3 Kerangka Pemikiran

### 2.3.1 Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas

Kementerian Lingkungan Hidup membuat program penilaian penataan lingkungan bagi perusahaan yang disebut dengan PROPER. Perusahaan yang mendapatkan penilaian dari PROPER akan mendapatkan berbagai peringkat sesuai dengan tingkat kinerja lingkungan. Kinerja lingkungan merupakan bentuk tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, khususnya lingkungan sekitar perusahaan.

Dengan semakin tingginya kinerja lingkungan perusahaan, maka akan meningkatkan citra perusahaan yang baik di mata publik (konsumen). Hal ini akan berdampak terhadap tingginya respon masyarakat atas penjualan produk perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dengan meningkatnya laba perusahaan. Semakin tinggi kinerja lingkungan, maka semakin tinggi profitabilitas (Marchelina, 2018).

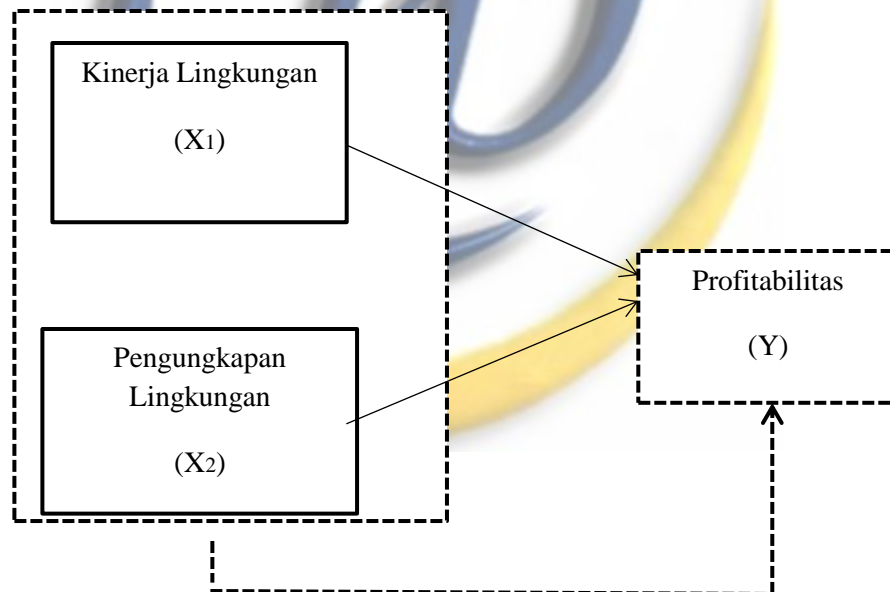
### 2.3.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas

Salah satu prinsip perusahaan adalah *going concern*, yang berarti bahwa perusahaan didirikan bukan hanya untuk waktu yang sesaat melainkan untuk waktu yang terus menerus. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan perlu melaksanakan program *corporate social responsibility* yang mencakup pemberdayaan *people, profit, dan planet*. Dengan adanya perhatian dan bantuan yang diberikan korporat terhadap masyarakat diharapkan akan membuat daya beli masyarakat membaik, dan akan menumbuhkan kepedulian masyarakat terhadap produk yang dihasilkan korporat tersebut. Maka secara tidak langsung masyarakat memegang peranan penting dalam upaya peningkatan profitabilitas perusahaan (Murni *et al*, 2012).

Perusahaan yang melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* tentu akan mendapat *respect* yang lebih, ketimbang perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal tersebut timbul karena tingkat kedewasaan dari konsumen atau masyarakat yang peduli akan lingkungan mereka. Peningkatan citra inilah yang diharapkan perusahaan dapat mendukung kegiatan operasional perusahaan. Selain itu, baik masyarakat maupun perusahaan, akan saling menghormati dan tercipta ketenangan serta profitabilitas perusahaan pun akan terus meningkat. Dengan mengungkapkan *corporate social responsibility* di dalam laporan tahunan, usaha suatu perusahaan akan lebih berkesinambungan yang pada akhirnya laba yang diperoleh perusahaan akan terjaga, selain itu praktik *corporate social*

*responsibility* akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan bahkan perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya (Nugroho, 2007).

Jadi dengan adanya pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan akan mendapat *respect* dari masyarakat dengan adanya peningkatan penjualan produk yang dihasilkan perusahaan sehingga mampu meningkatkan profitabilitas perusahaan. Semakin lengkap pengungkapan *corporate social responsibility*, maka akan semakin tinggi profitabilitas perusahaan.



**Gambar 2.1**

**Kerangka Pemikiran**

## 2.4 Hipotesis Penelitian

H1 : Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap profitabilitas Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2017.

H2 : Pengungkapan Lingkungan berpengaruh positif terhadap profitabilitas Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2017.

H3 : Kinerja Lingkungan dan Pengungkapan Lingkungan berpengaruh positif terhadap profitabilitas Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2017.

