

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Dibawah ini merupakan tabel penelitian terdahulu yang dijadikan acuan penulis dalam penelitian ini, dan digunakan peneliti dalam menentukan variabel penelitian.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator atau Fokus Penelitian	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Eke Ayu Wardani (2015) Jurnal : Pengaruh <i>Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Terhadap Reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan	menguji pengaruh Islam Perusahaan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Reputasi Perusahaan serta proxy Kinerja Keuangan Perusahaan 'pada <i>Return On Assets</i> dan <i>Return On Equity</i>	analisis regresi dan analisis jalur	ICSR secara signifikan berhubungan positif dengan reputasi Perusahaan serta <i>retun on Equity, Islam Corporate Social Responsibility</i> tidak signifikan berhubungan negatif dengan <i>Return onAsset</i>
2	Syahiza Arsad (2014) Jurnal : The Relationship between Islamic Corporate Social Responsibility and Firm's Performance: Empirical Evidence from Shari'ah Compliant Companies	Tujuan dari makalah ini adalah untuk menilai tingkat <i>Corporate Social Responsibility</i> Islam (i-CSR), pengungkapan untuk Shari'ah Compliant Companies dan menguji hubungan antara pengungkapan iCSR dan kinerja perusahaan.	Menggunakan analisis data Partial Least Square (PLS) berdasarkan <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	Ditemukan bahwa ada hubungan yang signifikan antara pengungkapan iCSR dan kinerja perusahaan
3	Mohamad Yazis Ali Basah (2013)	bertujuan untuk menganalisis	Secara konseptual	konsep bank syariah yang

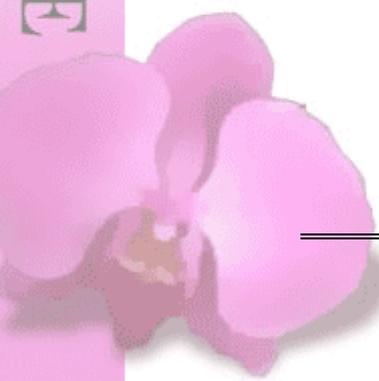
	Jurnal : Islamic Bank and Corporate Social Responsibility (CSR)	hubungan bank syariah dan kinerja CSR. Ini adalah upaya konseptual untuk membahas tentang bagaimana prinsip-prinsip Islam bank syariah dapat mempengaruhi pelaksanaan CSR	dan literatur literatur	sesuai dengan ketentuan agama harus menunjukkan aktivitas CSR lebih proaktif dalam menentukan kebijakan. kinerja bank syariah harus menunjukkan keunggulan daripada perbankan konvensional.
4	Puji Lestari (2013) Jurnal : Determinants Of Islamic Social Reporting In Syariah Banks: Case Of Indonesia	Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi Pelaporan Islam Sosial (ISR) Bank Syariah di Indonesia.	analisis regresi	menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas secara signifikan mempengaruhi tingkat ISR
5	Roshayani Arshad dkk (2012) Jurnal : Islamic Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation and Performance	pengungkapan tanggung jawab perusahaan secara islam dan reputasi perusahaan serta kinerja.	Analisis konten laporan keuangan	Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa kegiatan ICSR dikomunikasikan dalam laporan tahunan perusahaan yang secara signifikan berhubungan positif dengan reputasi perusahaan serta kinerja perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan ICSR dan pengungkapan dari perspektif Islam adalah bisnis sama pentingnya dalam menciptakan kinerja yang unggul terus menerus untuk organisasi.

6	Siwar and Hossain (2009) Jurnal : An analysis of Islamic CSR concept and the opinions of Malaysian managers	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara konsep Islam dengan opini manajer di Malaysia mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).	kuesioner	Terdapat sebuah kesamaan antara opini konsep dan top eksekutif tentang ICSR
---	---	--	-----------	---

Dalam penelitian Sidik dan Reskino (2016:1) dijelaskan bahwa penelitian dilakukan dengan menggunakan hasil uji regresi logistik dengan tahapan menilai kelayakan model, ketepatan prediksi, koefisien determinasi, dan besarnya pengaruh (signifikansi) variabel independen terhadap variabel dependen yang diuji.

Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa zakat positif dan signifikan mempengaruhi reputasi bank syariah, *Islamic Corporate Social Responsibility* positif dan signifikan mempengaruhi reputasi bank syariah , zakat positif dan signifikan terhadap kinerja bank syariah, sementara *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak pengaruh signifikan kinerja bank syariah.

Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Wardani (2015:1) dijelaskan bahwa hasil penelitian menunjukkan kegiatan *Islamic Corporate Social Responsibility* dikomunikasikan dalam laporan tahunan perusahaan secara signifikan berhubungan positif dengan reputasi perusahaan dan *Retun on Equity*, dan *Islam Corporate Social Responsibility* tidak signifikan berhubungan secara negatif dengan *Return On Asset*.



## 2.2 Kajian Teoritis

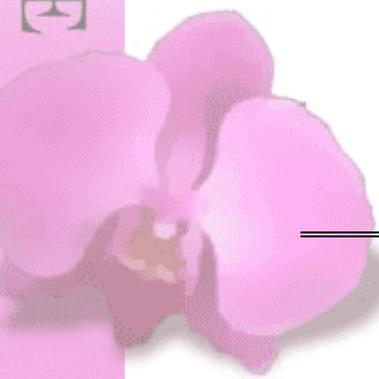
### 2.2.1. *Islamic Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi *inheren* dari ajaran Islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (*Maqashid al syariah*) adalah *maslahah* sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan *maslahah*, bukan sekedar mencari keuntungan. Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia sekaligus strategis karena bukan sekedar diperbolehkan di dalam Islam, melainkan justru diperintahkan oleh Allah dalam Al-Qu'an (Syukron Ali, 2015:3).

Dalam perspektif Islam, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah swt. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam. Allah SWT adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia sehubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*) (Darmawati, 2014:10).

Meskipun *Islamic Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan reputasi perusahaan sekaligus kinerja keuangan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Arshad, Othman, dan Othman (2012). Tetapi tujuan pemangku kepentingan didalam perusahaan maupun bank berbasis Syariah diharapkan bukanlah hanya mengejar faktor keuntungan semata namun merupakan realisasi murni sebagai khalifah yang bertanggung jawab dimuka bumi. Menurut Chapra (1992) didalam Islam, kegiatan usaha tidak diasumsikan hanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan material



kegiatan tetapi itu harus dilakukan untuk memenuhi tanggung jawab agama juga (Wardani, 2015:11).

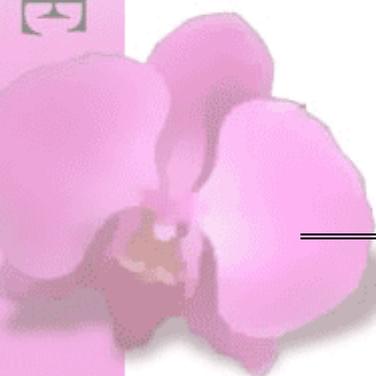
Mengingat pentingnya *Islamic Corporate Social Responsibility*, diharapkan organisasi islam selektif dalam hal yang berkaitan dengan pemilihan anggota manajemen dan dewan dalam hal kualifikasi tertentu dan keyakinan agama dalam melaksanakan inisiatif pengungkapan ICSR (Baydoun dan Willet, 1997). Bank Syariah diharapkan menggambarkan tingkat tanggung jawab sosial perusahaan yang tinggi dan jelas dalam praktik pelaporan sosial mereka sebagai dibuktikan dalam laporan tahunan mereka (Zubairu et al., 2011) (Wardani, 2015:9).

Penelitian sebelumnya mengenai *Islamic Corporate Social Responsibility* telah dilakukan oleh Khursid et al. (2014). Penelitiannya mencoba membangun sebuah dimensi baru CSR dalam perspektif Islam, dengan memperbaiki konsep CSR oleh Carroll (1979) yang berdimensi ekonomi, legal, etikal, dan filantropi.

Hasil penelitiannya menyatakan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* meliputi dimensi ekonomi islam, legal islam, etika islam, dan filantropi islam (Sidik dan Reskino, 2016:5).

Sehingga Dalam perspektif Islam, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah swt. Disamping itu, *Corporate Social Responsibility* merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam.

Allah SWT adalah pemilik mutlaq (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah. *Corporate Social Responsibility* (CSR) ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia sehubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu



kesatuan (tauhid), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*) (Darmawati, 2014:134).

Menurut Muhammad Djakfar (2007:45-48) Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu:

#### 1) Al-Adl

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak- kontrak serta perjanjian bisnis.

Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis, dalam al- Quran Surat Huud ayat 85 Allah SWT berfirman yang artinya :

“Dan Syuaib berkata : “Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan jangan lah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan”.

Islam juga melarang segala bentuk penipuan, gharar (spekulasi), *najsyi* (iklan palsu), ihtikar (menimbun barang) yang akan merugikan pihak lain.

#### 2) Al-Ihsan

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat

memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok.

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT.

Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan hal tersebut. Ihsan adalah *beauty* dan *perfection* dalam sistem sosial. Bisnis yang dilandasi unsur ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada *stakeholders*.

### 3) Manfaat

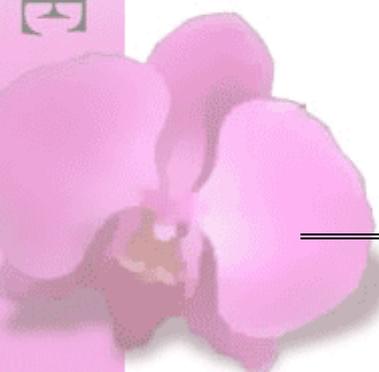
Konsep ihsan yang telah di jelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan).

Pada dasarnya, perbankan telah memberikan manfaat terkait operasional yang bergerak dalam bidang jasa yaitu jasa penyimpanan, pembiayaan dan produk atau fasilitas lain yang sangat dibutuhkan masyarakat.

Konsep manfaat dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR), lebih dari aktivitas ekonomi. Bank syariah sudah seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak statis misalnya terkait bentuk *philanthropi* dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marginal, pelestarian lingkungan.

### 4) Amanah

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan



manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan.

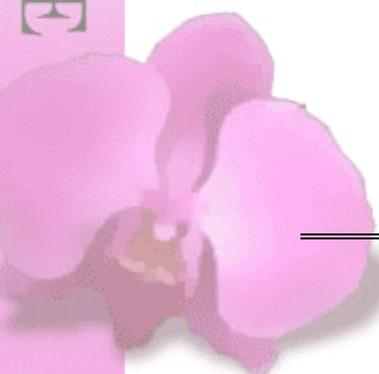
Perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility*(CSR), harus memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis. Amanah dalam perbankan dapat dilakukan dengan pelaporan dan transparan yang jujur kepada yang berhak, serta amanah dalam pembayaran pajak, pembayaran karyawan, dan lain lain. Amanah dalam skala makro dapat direalisasikan dengan melaksanakan perbaikan sosial dan menjaga keseimbangan lingkungan.

Dalam perspektif Islam, kebijakan perusahaan dalam mengemban tanggung jawab sosial (CSR) terdapat tiga bentuk implementasi yang dominan yaitu:

- a) Tangung Jawab Sosial (CSR) terhadap para pelaku dalam perusahaan dan stakeholder.
- b) Tangung Jawab Sosial (CSR) terhadap lingkungan alam
- c) Tangung Jawab Sosial (CSR) terhadap kesejahteraan sosial secara umum.

Penelitian Syukron (2015:3) menjelaskan bahwa CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi inhern dari ajaran islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (*Maqashid al syariah*) adalah masalah sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan masalah, bukan sekedar mencari keuntungan. Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia sekaligus strategis karena bukan sekedar diperbolehkan di dalam Islam, melainkan justru diperintahkan oleh Allah dalam Al-Qur'an.

Dalam penelitian Sidik dan Reskino (2016:10) *Islamic Corporate Social Responsibility* diukur dengan menggunakan metode analisis konten.



Indeks pengungkapan yang digunakan adalah indeks pengungkapan *Islamic Social Reporting* yang dibangun oleh Haniffa (2002) dan Othman et al. (2009). Analisis konten dilakukan terhadap 38 item pengungkapan yang ada pada laporan tahunan perusahaan.

Item yang diungkapkan akan diberi kode 1 (satu) dan item yang tidak diungkapkan akan diberi kode 0 (nol). Item yang diungkapkan kemudian diakumulasikan dan dilihat persentase item yang diungkapkan dari keseluruhan item. Adapun tema pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* dalam kerangka *Islamic Social Reporting* Othman et al. (2009) ada 6 tema, yakni:

- Keuangan dan investasi
- Produk dan jasa
- Karyawan
- Masyarakat
- Lingkungan, dan Tata kelola.

$$ICSR = \frac{\text{Item yang diungkapkan}}{\text{total item pengungkapan}} 100\%$$

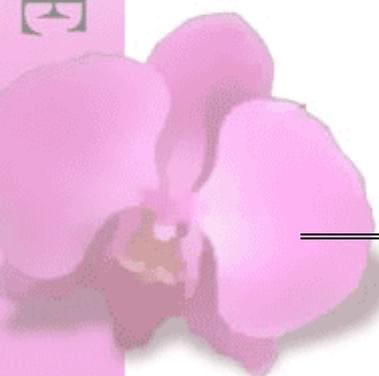
Metode analisis menggunakan analisis *binary logistic regression* atau regresi logistik. Regresi logistik adalah model regresi dengan variabel dependen berupa dummy. Model ini membagi variabel dependen menjadi dua kategori: bagus atau buruk, sukses atau tidak sukses, unggul atau tidak unggul, dan seterusnya. Pengkodean variabel dependen sebatas untuk membedakan variabel yang masuk daerah penerimaan dan variabel yang masuk daerah penolakan, dengan angka “1” untuk kategori penerimaan, dan “0” untuk kategori penolakan. Variabel yang dapat diuji dengan regresi logistik adalah variabel yang tidak memenuhi asumsi normalitas, baik pada variabel dependen maupun variabel independennya. Dengan regresi logistik, data yang berdistribusi tidak normal tidak memerlukan treatment khusus, cukup hanya dengan mengubah variabel menjadi dummy dengan pengkodean “1” dan “0” (Sidik dan Reskino, 2016:11).

### 2.2.2. Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan perusahaan menurut Prihadianti (2012:5) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (green). Kinerja lingkungan perusahaan dalam penelitian ini diukur melalui PROPER atau Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup yang merupakan instrumen yang digunakan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup (KLH) untuk mengukur tingkat ketaatan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku. PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup) diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan memperoleh insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung kepada tingkat ketaatannya.

Di Indonesia, kelestarian lingkungan sudah menjadi kebijakan pemerintah pada setiap periode. Dalam Pelita ketujuh melalui TAP MPR No. II/MPR/1998 tentang GBHN, dinyatakan “Kebijakan sektor Lingkungan Hidup antara lain mengenai pembangunan lingkungan hidup diarahkan agar lingkungan tetap berfungsi sebagai pendukung dan penyangga ekosistem kehidupan dan terwujudnya keseimbangan, keselarasan, dan keserasian yang dinamis antara ekologi, sosial ekonomi, dan sosial budaya agar dapat menjamin pembangunan nasional yang berkelanjutan”. Selain itu juga, Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup pasal 5 menyatakan 1) setiap orang mempunyai hak yang sama atas lingkungan yang baik dan sehat, 2) setiap orang mempunyai hak yang sama atas informasi lingkungan hidup yang berkaitan dengan peran dalam pengelolaan lingkungan hidup, 3) setiap orang mempunyai hak untuk berperan dalam rangka pengelolaan lingkungan hidup sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Peraturan tentang kelestarian lingkungan sudah menjadi kebijakan pemerintah pada setiap periode. Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup pasal 5

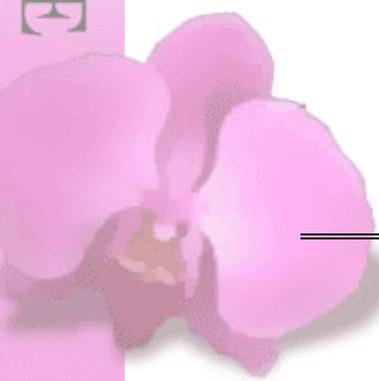


menyatakan 1) setiap orang mempunyai hak yang sama atas lingkungan yang baik dan sehat, 2) setiap orang mempunyai hak yang sama atas informasi lingkungan hidup yang berkaitan dengan peran dalam pengelolaan lingkungan hidup, 3) setiap orang mempunyai hak untuk berperan dalam rangka pengelolaan lingkungan hidup sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Prihadianti, 2012:2).

Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik dari periode ke periode dan sebaliknya jika perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang buruk maka akan muncul keraguan dari para investor terhadap perusahaan tersebut dan direspon negatif dengan fluktuasi harga saham perusahaan di pasar yang semakin menurun dari tahun ke tahun (Iriyanto dan Nugroho, 2014:49).

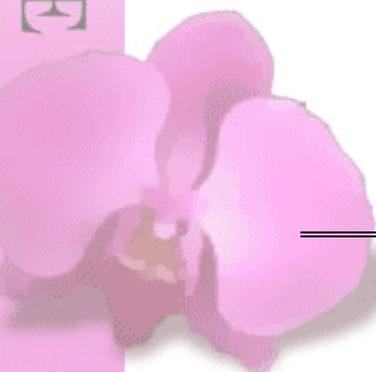
Bank Indonesia telah mensyaratkan pihak perbankan untuk menggunakan PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup) sebagai salah satu acuan dalam penentuan kualitas aktiva bagi debitur. Kebijakan dilakukan melalui penerbitan Peraturan Bank Indonesia Nomor: 7/2/2005 tentang Penilaian Kualitas Aktiva bagi Bank Umum. Tindak lanjut dari peraturan ini adalah diterbitkannya Surat Edaran Bank Indonesia No. 7/3/DNPP tahun 2005 tentang Penilaian Kualitas Aktiva Bank Umum. Langkah ini dilakukan untuk mewujudkan peran aktif perbankan nasional dalam melestarikan lingkungan hidup, sekaligus meminimalisasi resiko lingkungan terhadap perbankan (<http://urangdayeuheuy.blogspot.co.id>).

Kriteria Penilaian PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup) yang lebih lengkap dapat dilihat pada Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 5 Tahun 2011 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup. Secara umum peringkat kinerja



PROPER dibedakan menjadi 5 warna dengan pengertian Emas, diberikan kepada penanggung jawab usaha dan atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (*environmental excellency*) dalam proses produksi dan atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat. Hijau, diberikan kepada penanggung jawab usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (*beyond compliance*) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumberdaya secara efisien melalui upaya 4R (*Reduce, Reuse, Recycle dan Recovery*), dan melakukan upaya tanggung jawab sosial (CSR/Comdev) dengan baik. Biru, diberikan kepada penanggung jawab usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan dan atau peraturan perundang-undangan. Merah, diberikan kepada penanggung jawab usaha dan atau kegiatan yang upaya pengelolaan lingkungan hidup dilakukannya tidak sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan. Hitam, diberikan kepada penanggung jawab usaha dan atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan atau tidak melaksanakan sanksi administrasi (Prihadianti, 2012:7).

Dari uraian di atas, kita dapat menarik sebuah kesimpulan bahwa Islam mewajibkan kepada seluruh umatNya agar selalu menjaga lingkungan hidup dengan sebaik-baiknya. Gerakan untuk menjaga kelestarian lingkungan hidup harus terus kita bina dan kembangkan supaya kita dapat meminimalisir kerusakan lingkungan yang terjadi dan lingkungan dapat terwariskan secara turun-temurun untuk generasi selanjutnya.



### 2.2.3. Profitabilitas

Penilaian kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan cara mengukur kinerja tersebut, pengukuran kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan suatu metode atau pendekatan. Menurut Horngren (2009), pengukuran kinerja dapat dikelompokkan menjadi pengukuran kinerja non keuangan (*non financial performance measurement*) dan pengukuran kinerja keuangan (*financial performance measurement*) (Dipraja, 2014: 4).

Ukuran yang sangat lazim dipakai dalam suatu penelitian perusahaan untuk menilai kinerjanya dinyatakan dalam rasio keuangan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Bagi investor jangka panjang, rasio profitabilitas dapat digunakan untuk melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk deviden (Martono dan Agus, 2004) dalam (Triatmodjo, 2009:4).

Kinerja diukur dengan menggunakan data *Return On Equity* (ROE) yang digunakan sebagai proksi pengukuran pada dua penelitian sebelumnya (Arshad et al., 2012; Amirah dan Raharjo, 2014) dalam Reskino (2016:10). Kinerja (ROE) diukur menggunakan persentase laba sebelum zakat dan pajak tahun berjalan dibagi dengan total ekuitas. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah :

$$ROE = \frac{\text{Laba sebelum zakat dan pajak}}{\text{total ekuitas}}$$

Sebagai suatu sistem keuangan yang berdasarkan syariat islam, maka menurutnya, arah dan tujuan didirikannya keuangan islam mestilah untuk mewujudkan tujuan syariah (*maqasid al-syariah*). Secara umum, tujuan syariah dikategorikan pada pedidikan (*tarbiyah*), keadilan (*adalah*), dan kesejahteraan umat (*maslahatul ammah*). Peranan institusi keuangan

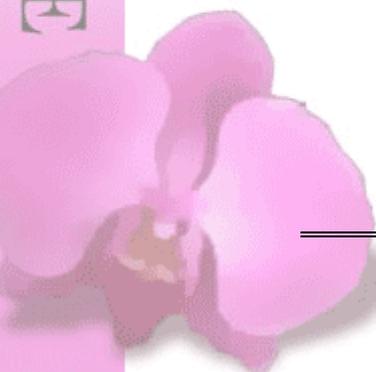
islam, seperti bank syariah dalam mewujudkan ketiga tujuan tersebut sangatlah penting. Dalam rangka mewujudkan tujuan pendidikan, bank syariah perlu terlibat aktif dalam sosialisasi dan edukasi tentang keuangan dan perbankan syariah kepada masyarakat. Hal itu dapat dilakukan dengan bekerja sama dengan institusi pendidikan, institusi pelatihan, dan media masa. Tujuan menegakkan keadilan dapat diwujudkan bank syariah dengan bersikap transparan dalam laporan keuangan, adil dalam pembagian keuntungan dengan nasabah, dan adil dalam pembebanan setiap biaya jasa. Kesejahteraan umat menurutnya juga dapat diwujudkan bank syariah melalui alokasi pembiayaan (*financing*) kepada sektor-sektor yang membawa manfaat bagi masyarakat luas (Yuliani, 2012:11-12).

Dalam melakukan pencatatan keuangan dalam melakukan segala aktivitas muamalah, yang mana pencatatan tersebut dapat dipertanggung jawabkan keasliannya agar dapat dipercaya oleh semua pihak yang membutuhkan pencatatan tersebut.

#### **2.2.4. Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008:7), karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris.

Dalam penelitian Utami (2011:8) dijelaskan bahwa tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan mempunyai makna yang lebih luas, tidak hanya sekedar memaksimalkan laba perusahaan (Weston dan Copeland,1995).



Pernyataan ini dapat diterima kebenarannya atas dasar beberapa alasan yaitu:

- a) Memaksimalkan nilai berarti mempertimbangkan pengaruh waktu terhadap nilai uang. Dana yang diterima pada tahun ini bernilai lebih tinggi dari pada dana yang diterima sepuluh tahun yang akan datang.
- b) Memaksimumkan nilai berarti mempertimbangkan berbagai resiko terhadap arus pendapatan perusahaan.
- c) Mutu dari arus kas dana diharapkan diterima di masa datang mungkin beragam.

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin (1967). Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Jika rasio Q di atas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika rasio Q di bawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik (Khafa, 2015:55).

Nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan Tobin's Q. Rumus dari Tobin's Q yaitu:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{DEBT}}{\text{TA}}$$

Keterangan:

MVE = Nilai pasar ekuitas (closing price x jumlah saham yang beredar)

DEBT = Nilai buku dari total hutang (kewajiban jangka pendek + kewajiban jangka panjang)

TA = Total aktiva

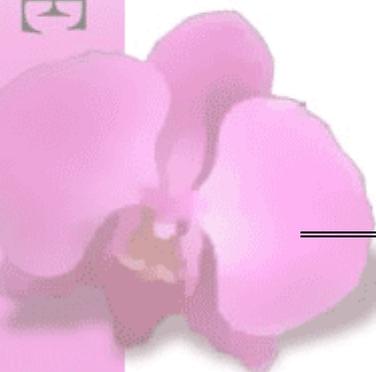
### 2.2.5. Hubungan Antar Variabel Penelitian

#### a) Hubungan Islamic Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas

*Corporate Social Responsibility* dalam menjalankan tanggungjawab sosialnya, memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yaitu keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*), dan lingkungan. Perusahaan harus memiliki tingkat profitabilitas yang memadai, sebab laba merupakan fondasi bagi perusahaan untuk dapat berkembang dan mempertahankan eksistensinya (Darmawati, 2014:130).

Dengan perolehan laba yang memadai, perusahaan dapat membagi deviden kepada pemegang saham, memberi imbalan yang layak kepada karyawan, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh untuk pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, membayar pajak kepada pemerintah, dan memberikan banyak dampak yang diharapkan kepada masyarakat. Dengan memperhatikan masyarakat, perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan cara perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup dan kompetensi masyarakat diberbagai bidang (Darmawati, 2014:130).

Saat ini investor semakin sadar akan etika investasi yang bertanggung jawab secara sosial, bahkan minat pada investasi berbasis Syariah dalam perbankan juga meningkat. Diantara tujuan yang paling penting dari keuangan Islam pada umumnya, dan khususnya bank syariah adalah pembentukan keadilan dan penghapusan eksploitasi dalam transaksi bisnis. Dimana hal tersebut dapat dilihat dari adanya larangan semua sumber ilegal dan larangan berurusan dengan transaksi yang mengandung risiko yang berlebihan. Prinsip-prinsip dan tujuan moral memainkan peran yang lebih penting dalam operasinya, ini merupakan misi dan tujuan bank syariah dibandingkan bank dengan basis non-islam. Bank syariah memiliki



*Islamic Religious Board*, untuk memastikan bahwa praktik bank sejalan dengan hukum syariah, dan divisi solidaritas sosial yang kuat (Wardani, 2015:18).

Dalam perspektif Islam, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah swt. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam. Allah SWT adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah. *Corporate Social Responsibility* (CSR) ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia sehubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*) (Darmawati, 2014:134).

Maka berdasarkan argumen tersebut, peneliti mengambil hipotesis pada model kedua penelitian sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : *Islamic Corporate Social Responsibility* (X<sub>1</sub>) berpengaruh terhadap profitabilitas (Z)

b) *Hubungan Kinerja Lingkungan terhadap Profitabilitas*

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan akan berpengaruh terhadap kinerja finansial perusahaan. Almilia dan Wijayanto (2007) menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kinerja lingkungan dengan kinerja ekonomi (*finansial*). Hal ini memberikan penjelasan bahwa kinerja lingkungan perusahaan memberikan akibat terhadap kinerja finansial perusahaan yang tercermin pada tingkat return tahunan perusahaan dibandingkan dengan return industri (Sudaryanto, 2014:7).

Dari penelitian yang dilakukan oleh Suratno et al. (2006) dalam Setyaningsih (2016:5) menjelaskan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini menjelaskan bahwa kinerja lingkungan memberikan akibat terhadap kinerja keuangan perusahaan yang dalam penelitian ini diukur dengan *Return On Equity* (ROE). Sehingga dapat memunculkan hipotesis seperti berikut :

H<sub>2</sub> : Kinerja lingkungan (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap profitabilitas (Z)

c) *Hubungan Islamic Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan*

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup. Karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Nurlala dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor (Kusumadilaga, 2010:31). Sehingga dari penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena dengan adanya tanggung jawab perusahaan yang secara berkelanjutan dapat memberikan citra yang baik dari masyarakat maupun *stakeholder*.

H<sub>3</sub> : *Islamic Corporate Social Responsibility* (X<sub>1</sub>) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y)

d) *Hubungan kinerja lingkungan terhadap Nilai Perusahaan*

Kepedulian perusahaan dalam bidang manajemen lingkungan dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Pflieger et al (2005) menjelaskan bahwa kegiatan perusahaan dalam bidang pelestarian lingkungan akan mendatangkan sejumlah keuntungan, diantaranya ketertarikan pemegang saham dan stakeholder terhadap keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggungjawab. Markus (2000), Figge dan Hahn (2004), dan Al-Najjar (2012) juga menjelaskan adanya hubungan antara kebijakan lingkungan terhadap nilai perusahaan (Tjahjono, 2013:39). Berdasarkan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

H<sub>4</sub> : Kinerja lingkungan (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y)

E) *Hubungan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*

Semakin tinggi rasio profitabilitas, maka semakin besar nilai profitabilitas perusahaan, yang pada akhirnya dapat menjadi sinyal positif bagi investor dalam melakukan investasi untuk memperoleh return tertentu. Tingkat return yang diperoleh menggambarkan seberapa baik nilai perusahaan di mata investor.

perusahaan berhasil membukukan tingkat keuntungan yang besar, maka hal ini akan memotivasi para investor untuk menanamkan modalnya pada saham, sehingga harga saham dan permintaan akan saham pun akan meningkat. Harga saham dan jumlah saham yang beredar akan mempengaruhi nilai Tobins Q sebagai proksi dari nilai perusahaan, jika harga saham dan jumlah saham yang beredar naik, maka nilai Tobins Q juga akan naik. Tobins Q yang bernilai lebih dari 1, menggambarkan bahwa perusahaan menghasilkan earning dengan tingkat return yang sesuai dengan harga perolehan asset-asetnya (Munawaroh, 2014:13).

Hasil penelitian (Munawaroh, 2014:15) variabel ROE dengan nilai perusahaan menunjukkan pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga terdapat kesimpulan sebagai berikut :

H5 : profitabilitas (Z) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y)

f) *Hubungan Islamic Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas*

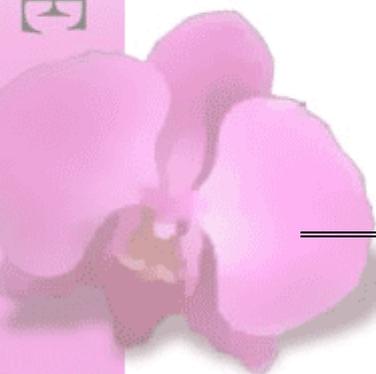
Menurut Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston & Milne (1996) dalam Anggraini (2006) dalam Kusumadilaga (2010:32) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, *Islamic Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Hasil penelitian Dahli dan Siregar (2008) dalam Kusumadilaga (2010:32) juga mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggungjawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan (profit) dan peningkatan kinerja keuangan. Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H6: *Islamic Corporate Social Responsibility* (X1) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y) melalui Profitabilitas (Z)

g) *Hubungan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas*

Penelitian Kusumadilaga (2010:31) menjelaskan bahwa profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, karena semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*)



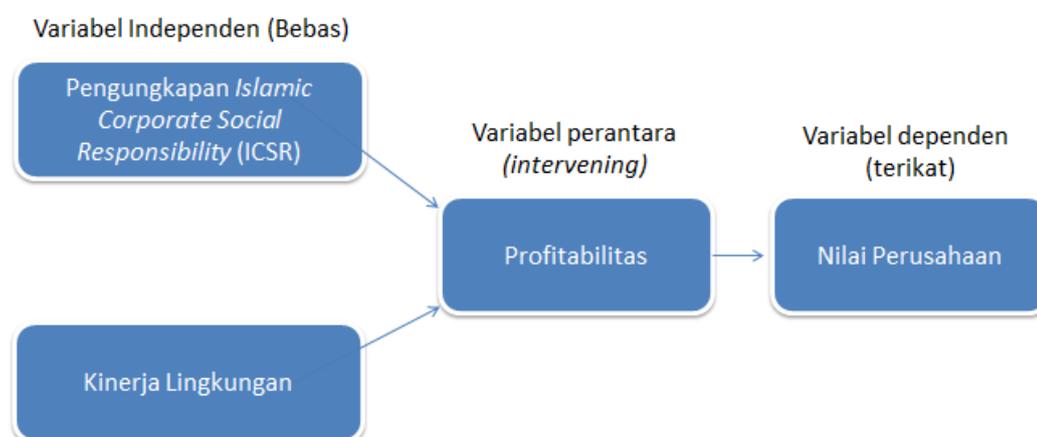
menjadi meningkat *powernya* bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan deviden sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Dengan tawaran mendapatkan hasil keuntungan yang tinggi, diharapkan dapat menarik minat investor didalam berinvestasi. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hal tersebut dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah lingkungan. Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H7: Kinerja Lingkungan (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y) melalui Profitabilitas (Z)

### 2.3 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, penulis memiliki kerangka konseptual untuk mempermudah pembaca untuk memahami penelitian tersebut. Adapun kerangka konseptualnya adalah sebagai berikut :

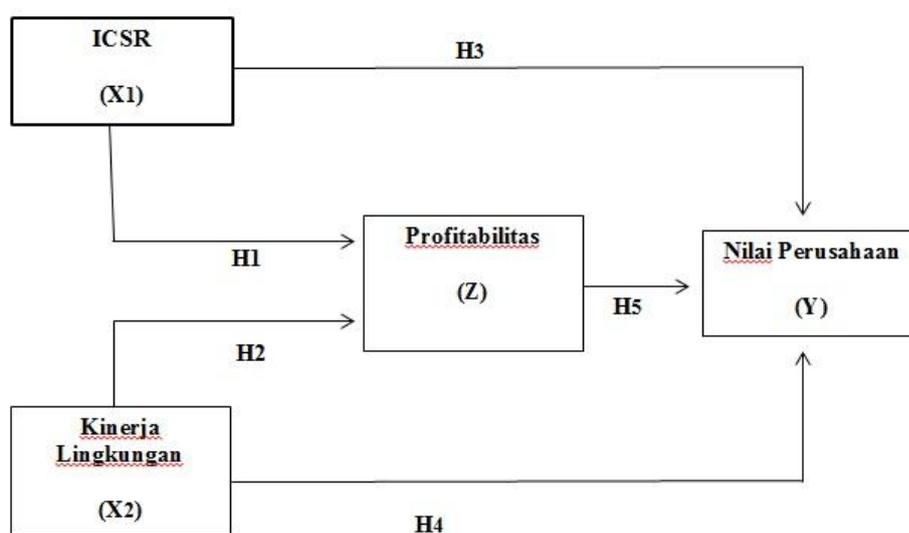
**Gambar 2.2 Kerangka Konseptual**



### 2.4 Hipotesis Penelitian

Penelitian ini mencoba menguji bagaimana pengaruh dari *Islamic Corporate Social Responsibility*, kinerja lingkungan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.3 Hipotesis Penelitian**



Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : *Islamic Corporate Social Responsibility (X1)* berpengaruh terhadap profitabilitas (Z)

H2 : Kinerja lingkungan (X2) berhubung terhadap profitabilitas (Z)

H3 : *Islamic Corporate Social Responsibility (X1)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y)

H4 : kinerja lingkungan (X2) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y)

H5 : Profitabilitas (Z) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y)

H6 : *Islamic Corporate Social Responsibility (X1)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y) melalui profitabilitas (Z)

H7 : Kinerja lingkungan (X2) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y) melalui profitabilitas (Z)