

ETIKA LINGKUNGAN DAN KINERJA EKONOMI PADA UKURAN GLOBAL REPORTING INITIATIVE-G4

Temy Setiawan^{*}
Yvonne Augustine[†]

ABSTRACT

The man–nature relationship has always been ambiguous, nature being seen as both a provider and an enemy. Environmental issue is a phenomena for most profit oriented organizations. They want to earn much profit in short term but they must keep in balance of nature for the future generation. The purpose of this paper is to explore the influence environmental ethics to economic performances directly and using CSR as a mediating variable. This quantitative research use secondary data taken form 68 Indonesian company that published sustainability report for 2014. Quantitative content analysis was be used to process these information and were analyze via PLS SEM. There is no directly influence environmental ethics to economic performance. The role of CSR disclosure using 34 environmental indicators of GRI 4 is very important to explain the indirect influence of environmental ethics to economic performance. This paper explores the link between environmental ethics and economic performance directly and indirectly using CSR disclosure for environmental indicator as a mediating variable.

Key words: environmental ethics, economic performance, corporate social responsibility (CSR)

1. PENDAHULUAN

Perhatian masyarakat terhadap lingkungan bukan lagi hal yang dapat dipandang sebelah mata oleh perusahaan sebagai unit bisnis. Tujuan perusahaan tidak boleh hanya berorientasi pada laba secara finansial jangka pendek saja, tetapi juga mengarah pada laba jangka panjang. Laba jangka panjang dapat dicapai apabila perusahaan memerhatikan alam secara terintegrasi dalam strategi

^{*} Universitas Trisakti

[†] Universitas Trisakti

perusahaan (Brown & Deegan, 1998; Butler, 2011). Hal ini disebabkan manusia dan alam memiliki interaksi secara langsung ataupun secara tidak langsung dengan alam (Bourdeau, 2004).

Pembangunan berkelanjutan menurut *World Commission On Environmental Development* (WCED) tahun 1987 adalah pembangunan yang berusaha memenuhi kebutuhan hari ini tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya. Definisi tersebut, apabila ditinjau lebih luas, menjelaskan bahwa aktivitas bisnis yang dikembangkan saat ini sangat erat dengan kelestarian lingkungan jangka panjang. Oleh karena itu, isu lingkungan merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam bisnis.

Perusahaan perlu memikirkan upaya pengimbangan laju ekonomi dengan upaya konservasi lingkungan alam dan melahirkan paradigma ekonomi yang memasukkan isu lingkungan ke dalamnya. Fernandes dan Souto (2009) menjelaskan bahwa untuk memasukkan aspek lingkungan ke dalam paradigma ekonomi bukanlah hal yang mudah. Perlu ada pemahaman etika terhadap lingkungan dari pemangku kepentingan. Adanya kesadaran etika terhadap lingkungan merupakan proses jangka panjang bagi individu, organisasi, ataupun sekelompok masyarakat luas. Manusia harus menyadari bahwa interaksi antarmanusia membawa dampak langsung ataupun tidak langsung terhadap lingkungan.

Manning, Valliere, dan Minter (1999) menjelaskan bahwa manusia tidak hanya fokus pada diri sendiri (*antroposentik*), tetapi harus fokus pada kehidupan makhluk hidup lain di sekitarnya (*biocentric*) dan kesinambungan hubungan antara manusia dan alam (*ecocentric*). Apabila manusia hanya fokus pada kepentingannya sendiri dengan mengabaikan alam dan lingkungan, maka tidak akan terwujud kehidupan jangka panjang. Makhluk hidup lain juga harus dipandang memiliki kepentingan tersendiri yang berhak untuk hidup. Artinya, dalam konsep *biocentric*, antara manusia dan alam memiliki hak yang sama untuk hidup. Dalam konsep *ecocentric*, manusia menjaga keselarasan kepentingannya dengan kepentingan alam. Dalam hal ini terjadi hubungan timbal balik yang selaras antara manusia dan alam (Bourdeau, 2004).

Garriga dan Mele (2004) menjelaskan bahwa upaya perusahaan dalam mencerminkan nilai etika lingkungan di dalam aktivitas bisnisnya adalah dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam menginformasikan kegiatan CSR kepada *stakeholders*, tentunya perlu pengungkapan.

Suttipun dan Stanton (2012) menyimpulkan hasil penelitiannya terhadap 75 perusahaan yang *listing* di bursa efek pada 2007 untuk menguji hubungan antara pengungkapan lingkungan dan berbagai karakteristik perusahaan di negara berkembang. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa 62 perusahaan (83%) menyediakan informasi lingkungan dalam laporan tahunan. Perusahaan yang bergerak dalam industri sumber daya alam menyusun pengungkapan informasi lingkungan yang lebih lengkap dibandingkan dengan industri agrikultur dan makanan. Pengungkapan informasi lingkungan didasarkan pada beberapa alasan, antara lain permintaan dari *stakeholder*, tekanan dari aturan, kekuatan dari organisasi lingkungan, pengaruh kompetitor dan perusahaan multinasional, peningkatan produktivitas dan daya saing.

Gunawan (2015b) memaparkan bahwa pengungkapan perusahaan mengenai CSR lebih lengkapnya dipaparkan perusahaan dalam laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Pengungkapan dalam laporan keberlanjutan mengacu pada Global Reporting Initiative (GRI) versi ke-4 (G4). Acuan pada G4 ini menggeser pemahaman arti penting dari laporan keberlanjutan yang menekankan kuantitas pengungkapan menjadi kualitas pengungkapan. Ukuran kualitas adalah relevansi dari informasi pengungkapan dan materialitas dari informasi tersebut bagi pemangku kepentingan.

Namun, sifat pengungkapan informasi dalam laporan keberlanjutan setiap tahunnya masih sukarela. Artinya, tidak ada paksaan atau kewajiban bagi perusahaan untuk melaporkan informasi aktivitas sosial dan lingkungan dalam laporan tersendiri cukup di dalam bagian CSR laporan tahunan.

Gunawan (2010) melakukan penelitian mengenai pengungkapan informasi di dalam laporan tahunan guna memenuhi kebutuhan informasi CSR oleh *stakeholder*. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa informasi lingkungan merupakan informasi yang dianggap tidak terlalu penting bagi pemangku

kepentingan secara rata-rata, padahal ketertarikan *stakeholder*, terutama investor, terhadap perusahaan yang memiliki perhatian terhadap isu lingkungan sangat meningkat. Penanganan terhadap isu lingkungan dapat meningkatkan *image* perusahaan (Hansen & Mowen, 2015; Gunawan, 2015a). Pengungkapan informasi lingkungan dianggap tidak terlalu penting baik oleh pemangku kepentingan maupun perusahaan karena kesadaran atas pentingnya pengungkapan isu lingkungan belum disadari oleh perusahaan dan masih kurang tekanan dari masyarakat, pemerhati lingkungan dan sanksi dari pemerintah. Selain itu, Figge dkk. (2002) menjelaskan bahwa perhatian perusahaan terhadap lingkungan sangat rendah karena pandangan perusahaan bahwa tanggung jawab terhadap lingkungan merupakan biaya bagi perusahaan. Namun, dipandang dari sisi lain, aktivitas tanggung jawab lingkungan dapat memberikan manfaat jangka panjang dalam kinerja ekonomi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika lingkungan terhadap kinerja ekonomi perusahaan baik secara langsung maupun menggunakan CSR lingkungan sebagai variabel mediasi. Belum banyak penelitian yang membahas pengaruh etika terhadap kinerja ekonomi, terutama di Indonesia, meskipun sudah banyak penelitian yang menjelaskan bahwa etika menjadi dasar dari pengungkapan CSR, dan pengungkapan CSR dapat meningkatkan kinerja ekonomi. Masalah penelitian dibatasi hanya pada pembahasan lingkungan. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam bidang akuntansi manajemen dengan mengangkat isu etika lingkungan terhadap kinerja ekonomi melalui pengungkapan CSR. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan untuk menerapkan etika lingkungan dalam pencapaian kinerja ekonomi melalui pengungkapan CSR.

2. TINJAUAN LITERATUR

Legitimacy Theory

O'Donovan (2002) berpendapat bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan

hidup (*going concern*) karena terjadi hubungan timbal balik antardua entitas, yaitu perusahaan dan lingkungan..

Legitimacy is dynamic in that the relevant public continuously evaluate corporate output, method, and goals against an ever-evolving expectation. The legitimacy gap will fluctuate without any changes in action on the part of the corporation. Indeed, as expectation of the relevant publics change the corporation must make changes or the legitimacy gap will grow as the level of conflict increases and the levels of positive and passive support decreases.

Legitimasi mengalami pergeseran sejalan dengan pergeseran masyarakat dan lingkungan yang disebut sebagai *legitimacy gap*. Pergeseran ini dapat terjadi sendiri tanpa ada tindakan apa pun oleh perusahaan karena sifat legitimasi dinamis. Perusahaan harus dapat menyesuaikan perubahan tersebut baik melalui produk, metode, maupun tujuan yang dijalankan. Apabila penyesuaian terhadap *legitimacy gap* tidak dilakukan, akan menimbulkan konflik.

Dengan kata lain, *legitimacy gap* dapat dijelaskan sebagai perbedaan antara ekspektasi yang diharapkan dari *stakeholder* terhadap aktivitas entitas dan kondisi aktual atas aktivitas entitas di dalam masyarakat. Oleh karena itu, entitas berupaya memperkecil *legitimacy gap* yang ada, tetapi adanya tantangan kondisi eksternal yang tidak dapat dikendalikan (Merchant & Stede, 2012). Teori Legitimasi menjadi dasar bagi informasi lingkungan kepada para pemangku kepentingan (Brown & Deegan, 1998; Deegan & Gordon, 1996; Guthrie & Parker, 1990; O'Donovan, 2002; Wilmshurst & Frost, 2000).

Keterkaitan teori legitimasi dengan etika berangkat dari pemahaman (Merquior, 1980) yang menjelaskan bahwa legitimasi mengandung dua makna dasar, yaitu *power* dan *norm*. Pada ranah yudisial, legitimasi mengandung arti penyerahan kepada otoritas yang berkuasa dan siap menjalankan aturan yang ditetapkan. Hal ini sama maknanya dengan *legitimus* yang berarti *law* (hukum). Pada ranah sosial, legitimasi mengandung makna norma.

Nilai-nilai etika di dalam perusahaan harus terus diadaptasi dengan perubahan nilai-nilai dalam masyarakat yang selalu dinamis. Dengan terus

menjaga legitimasi perusahaan dan lingkungan, perusahaan dapat meningkatkan kinerja ekonominya sebagai sasaran jangka panjang.

Etika Lingkungan

Keraf (1998) menjelaskan bahwa etika lingkungan membahas manusia sebagai individu dan sebagai kelompok dengan lingkungan alam yang lebih luas dalam totalitasnya, dan juga hubungan antara manusia yang satu dan lainnya yang berdampak langsung atau tidak langsung pada lingkungan hidup secara keseluruhan.

Pembahasan etika lingkungan merupakan hal penting dalam bisnis karena interaksi bisnis sangat memengaruhi lingkungan dan berdampak bagi generasi yang akan datang. Kesadaran atas etika lingkungan membawa dampak bagi kinerja ekonomi yang diukur secara luas seperti diungkap dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) – G4, yaitu aspek finansial, dampak ekonomi tidak langsung, proses pengadaan dan keberadaan pasar.

Corporate Social Responsibility

Kok *et al.* (2001) mendefinisikan CSR sebagai berikut.

the obligation of a firm to use its resources in ways to benefit society, through committed participation as a member of society, taking into account the society at large and improving welfare of society at large, independent of direct gains of the company

Definisi di atas menjelaskan bahwa CSR merupakan tindakan yang membawa kebaikan bagi masyarakat pada masa yang akan datang dan sesuai dengan hukum yang berlaku. Disebutkan di atas bahwa CSR tidak hanya memenuhi kewajiban atas peraturan yang berlaku, tetapi lebih dari itu harus membawa manfaat bagi masyarakat.

Social responsibility berdasarkan ISO 26000 : 2010 didefinisikan sebagai tanggung jawab organisasi atas dampak putusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat serta lingkungan secara transparan dan perilaku etik.

Dari definisi di atas, setidaknya ada empat aspek penting yang perlu diperhatikan.

1. Tidak hanya perusahaan yang harus terkait dengan tanggung jawab sosial, tetapi seluruh bentuk organisasi yang termotivasi atas standar ISO 26000 untuk bertindak dalam ranah yang bertanggung jawab secara sosial.
2. Sebelum sebuah organisasi mengambil putusan, sebaiknya dipertimbangkan dampak yang timbul akibat putusan tersebut, kemudian mempersiapkan rencana tindakan yang bertanggung jawab atas dampak yang timbul. Seluruh aktivitas organisasi dipandu oleh putusan mereka. Aktivitas organisasi mengarahkan rantai nilai yang disebut SIPOC (*supplier, input, process, output and consumer*).
3. ISO 26000 : 2010 menjelaskan bahwa lingkup dampak pengambilan putusan mencakup masyarakat, ekonomi, dan lingkungan. Salah satu contohnya sehubungan pengambilan putusan untuk membeli dari *supplier* lokal ataupun *supplier* luar negeri, selain mempertimbangkan harga juga *carbon footprint* yang ada.
4. Pengungkapan indikator yang terkait dengan CSR lingkungan di dalam GRI G4 dijelaskan dalam EN 1 – 34, yang mencakup aspek bahan, energi, air, keanekaragaman hayati, emisi, efluen dan limbah, produk dan jasa, kepatuhan, dan transportasi, asesmen pemasok atas lingkungan, pengaduan.

Kinerja Ekonomi

Dimensi keberlanjutan ekonomi berkaitan dengan dampak organisasi terhadap keadaan ekonomi bagi pemangku kepentingannya dan terhadap sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional, dan global. Kategori ekonomi menggambarkan arus modal di antara pemangku kepentingan yang berbeda dan dampak ekonomi utama dari organisasi di seluruh lapisan masyarakat.

Pengukuran kinerja ekonomi menurut GRI – G4 terbagi atas sembilan indikator yang dikelompokkan menjadi empat aspek, yaitu ekonomi, keberadaan pasar, dampak ekonomi tidak langsung, praktik pengadaan.

Pengaruh etika lingkungan terhadap kinerja ekonomi

Hubungan antara etika lingkungan dan kinerja ekonomi belum ditemukan dalam beberapa referensi jurnal, tetapi pengaruh etika lingkungan terhadap kinerja tetap dapat dijelaskan. Perusahaan yang menanamkan etika lingkungan di dalam

aktivitasnya tentu tidak akan memengaruhi kinerja ekonomi secara jangka pendek. Refleksi etik terhadap lingkungan akan memengaruhi kinerja ekonomi secara jangka panjang. Kinerja ekonomi yang telah dijelaskan sebelumnya mencerminkan peningkatan secara finansial dan mengurangi dampak *negative externalities* terhadap lingkungan.

Konsep etika deontologi yang dikemukakan dalam Keraf (1998) menjelaskan bahwa pelaksanaan etika merupakan suatu kewajiban yang sifatnya mengharuskan. Perbuatan dikatakan beretika apabila dilaksanakan sesuai dengan proses yang benar. Orientasi bukan secara hasil. Adanya UU yang mengatur tanggung jawab sosial dan tekanan dari *stakeholder* dapat menjelaskan bahwa pengungkapan CSR yang bersifat mandatori dapat diterima secara beretika dan akan membawa pengaruh pada kinerja ekonomi. Selain itu, Zsolnai (2011) menjelaskan bahwa etika lingkungan akan membawa dampak keberlanjutan bisnis jangka panjang dengan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan yang akan meningkatkan kualitas alam. Selain itu, keselarasan manusia dengan alam akan membawa dampak bagi kesejahteraan manusia.

Pendapat di atas, apabila diperluas, dapat dimaknai bahwa etika lingkungan akan membawa keberlangsungan bagi bisnis melalui keselarasan dengan alam yang dijelaskan melalui pencapaian kinerja ekonomi. Penelitian Huang dan Kung (2011) memperkuat pendapat tersebut atas melalui hasil penelitiannya yang menguji pengaruh kesadaran lingkungan pada keunggulan bersaing perusahaan. Penelitian yang menggunakan sampel sebanyak 227 responden menjelaskan bahwa kesadaran lingkungan akan membawa dampak pada peningkatan kinerja ekonomi berupa peningkatan pertumbuhan finansial, keunggulan bersaing, pengurangan dampak polusi, produk yang berkualitas dan ramah lingkungan.

H₁ : Etika lingkungan akan memengaruhi kinerja ekonomi.

Pengaruh etika terhadap kinerja ekonomi dengan mediasi CSR

Paradigma keberlanjutan merupakan nilai-nilai yang tercermin dalam etika perusahaan. Hal inilah yang menjadi dasar perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosialnya (Bourdeau,2004; Radyati,2014; O' Donovan,2000;

Loumbeve, 2008). Perusahaan yang menanamkan etika lingkungan akan menerapkan aktivitas CSR terhadap lingkungan dan melaporkan kepada pemangku kepentingan sebagai wujud pertanggungjawabannya. Etika menjadi dasar dalam pelaksanaan CSR karena menyangkut hak dan kewajiban (model deontologi) dari pemangku kepentingan perusahaan, di antaranya masyarakat dan lingkungan. Mereka harus diperlakukan secara adil. Artinya, aktivitas perusahaan tidak boleh mengganggu kesejahteraan masyarakat atau merusak lingkungan (Deegan, 2002; Hasnas, 1998).

Banyak motif yang mendasari perusahaan menjalankan praktik CSR dan menyajikan informasi kepada pemangku kepentingan, antara lain menciptakan *image* perusahaan (Gunawan, 2015a; Adams, 2002), mempertahankan reputasi perusahaan dan mengikatkan karyawan (Ali & Ali, 2011; Leaniz & Bosque, 2013), memberikan informasi pemegang saham dalam pengambilan putusan investasi (Wilmshurst & Frost, 2000), memenuhi kewajiban hukum (Deegan, 2002; Ahmad & Sulaiman, 2004), mencapai kinerja yang lebih baik (Orlitzky, Schmidt & Rynes, 2003)

Gunawan, Djajadikerta, dan Smith (2008) melakukan penelitian dengan mengambil sampel seluruh perusahaan yang terdaftar dalam bursa efek Indonesia periode 2003–2006 untuk melihat aspek pengungkapan yang paling banyak dijelaskan perusahaan terkait CSR. Penelitiannya menggunakan teknik *content analysis* dari laporan tahunan perusahaan. Hasilnya adalah aspek lingkungan berada pada urutan keempat dari delapan aspek pengungkapan, berturut-turut sumber daya manusia, produk, komunitas/masyarakat, lingkungan, hubungan eksternal, energi, informasi lainnya dan keberlanjutan. Milne, Owen, dan Tilt (2000) juga menjelaskan hasil penelitian yang serupa untuk perusahaan di Australia dan New Zealand. Pengungkapan CSR lebih diarahkan kepada aspek komunitas dan masih kurang untuk aspek lingkungan.

Orlitzky, Schmidt, dan Rynes (2003) melakukan penelitian pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan untuk menguji *good management theory* (Waddock & Graves, 1997) dengan menganbil sampel data yang diobservasi sebanyak 33,878 data dari 52 penelitian sebelumnya. Hasil penelitian mereka

menunjukkan bahwa CSR lingkungan tidak berpengaruh pada kinerja keuangan. Namun, lain halnya dengan penelitian Mahoney dan Roberts (2007) yang menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja perusahaan dengan mengambil sampel 352 data perusahaan di Canada dari tahun 1997–2000 yang terdaftar di bursa efek. Dari penelitian itu diperoleh bahwa pengungkapan atas kinerja lingkungan merupakan faktor yang sangat dominan dalam meningkatkan kinerja perusahaan yang diukur dengan peningkatan *Return On Asset* dan *Return On Equity*.

Dari pembahasan di atas, dijelaskan bahwa etika lingkungan berpengaruh pada pengungkapan CSR lingkungan dan CSR lingkungan berpengaruh pada kinerja ekonomi.

H₂: Etika lingkungan berpengaruh pada kinerja ekonomi dengan mediasi pengungkapan CSR lingkungan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mengambil populasi perusahaan di Indonesia yang memublikasikan laporan keberlanjutan tahun 2014. Sampel sama dengan populasi sebanyak 68 perusahaan di Indonesia yang memublikasikan laporan keberlanjutan 2014. Dari 68 perusahaan tersebut, 28 perusahaan *listing* di BEI dan 40 perusahaan tidak *listing* di BEI.

Teknik pengolahan data menggunakan analisis konten. Gunawan (2015c) menjelaskan analisis konten adalah metode yang digunakan peneliti dalam mengodefikasi (mengonversi) konten berupa paparan kalimat (tulisan) atau sebagainya ke dalam kontek (skor) tertentu. Analisis konten yang digunakan adalah *quantitative content analysis* yaitu mengukur banyaknya kalimat pengungkapan dari sebuah indikator (Tabel 2). Sumber data yang digunakan adalah data sekunder dari laporan keberlanjutan.

Tabel 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Referensi	Indikator
Etika lingkungan	GRI-G4 (G56-G58); Cannon (2012); Manning (1999)	(1). Company's Value (2). Internal and external procedure to gain information about environment (3). Environmental issues and problems (4). Innovation and Technology (5). Long term vision
Kinerja Ekonomi	GRI-G4 (EC 1 – EC 9)	(1). Ekonomi (2). Keberadaan pasar (3). Dampak ekonomi tidak langsung (4). Praktik pengadaan
CSR	GRI-G4 (EC 1 – EC 34); Sutippon (2012)	(1). Bahan baku (2). Energi (3). Air (4). Keberagaman hayati (5). Emisi (6). Efluen dan limbah (7). Produk dan jasa (8). Kepatuhan (9). Transportasi (10). Lain-lain (11). Seleksi pemasok (12). Keluhan

Sumber : Olahan Peneliti

Tabel 2 Analisis Konten

Skor	Keterangan
0	Tidak ada informasi yang diungkap berdasarkan indikator
1	Hanya 1 kalimat
2	Hanya 1 paragraf (terdiri minimal 2 kalimat)
3	2-3 paragraf
4	4-5 paragraf
5	Lebih dari 5 paragraf

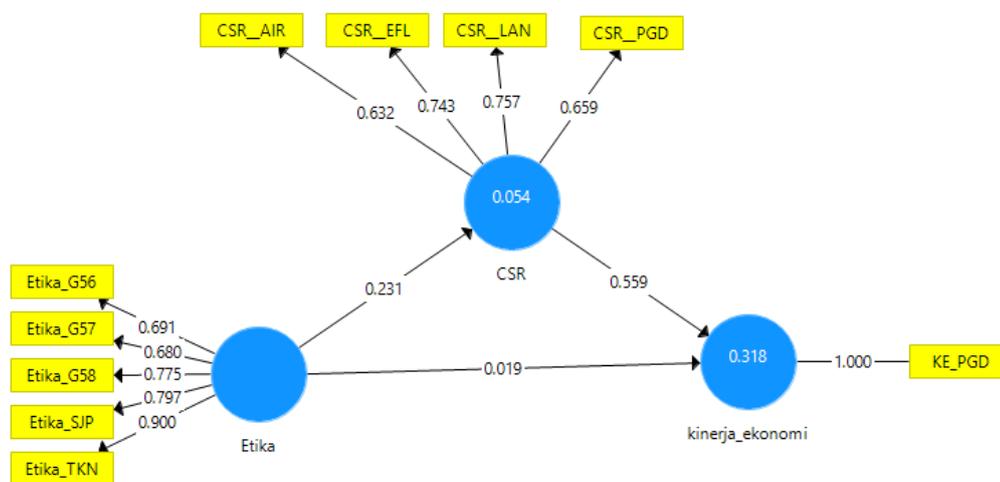
Sumber : Raar (2002); Gunawan (2015)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji *Outer Model*

Pada Gambar 1 tampak bahwa seluruh indikator pada etika dapat menjelaskan variabel etika (nilai koefisien di atas 0.6). Namun, dari 12 aspek pada

indikator CSR, hanya 4 aspek yang menjelaskan variabel CSR, yaitu air, efluen, dan limbah; lain – lain seperti *award* yang diterima perusahaan; dan pengaduan dari masyarakat. Adapun 8 indikator lainnya tidak melewati *outer model* (nilai koefisien di bawah 0.6). Untuk variabel kinerja ekonomi hanya aspek praktik pengadaan yang melewati koefisien 0.6 dan 4 indikator lainnya tidak melebihi 0.6 sebagai syarat dari *convergent validity*.



Gambar 1 Hasil setelah *outer model*

Pada Gambar 1 tampak bahwa seluruh indikator pada etika dapat menjelaskan variabel etika (nilai koefisien di atas 0.6). Namun, dari 12 aspek pada indikator CSR, hanya 4 aspek yang menjelaskan variabel CSR, yaitu air, efluen, dan limbah; lain – lain seperti *award* yang diterima perusahaan; dan pengaduan dari masyarakat. Adapun 8 indikator lainnya tidak melewati *outer model* (nilai koefisien di bawah 0.6). Untuk variabel kinerja ekonomi hanya aspek praktik pengadaan yang melewati koefisien 0.6 dan 4 indikator lainnya tidak melebihi 0.6 sebagai syarat dari *convergent validity*.

Dari informasi di atas dapat disimpulkan bahwa pengungkapan perusahaan terhadap informasi etika cukup banyak terkait bagaimana perhatian perusahaan terhadap lingkungan. Pengungkapan perusahaan kepada pemangku kepentingan dalam laporan keberlanjutan dapat berupa visi dan misi perusahaan, paparan

strategi manajemen, pengembangan teknologi dan inovasi baik proses maupun produk, serta penanganan masalah lingkungan dan tanggapan atas keluhan pemangku kepentingan terhadap dampak lingkungan yang diakibatkan oleh operasional perusahaan.

Pengungkapan CSR lingkungan yang umum dijelaskan perusahaan adalah penghematan penggunaan air, sumber air yang digunakan, dan pemecahan masalah pencemaran air. Selain itu, informasi *award* yang diperoleh perusahaan terkait dengan kepedulian dan peningkatan kualitas lingkungan menjadi hal yang tidak terlewatkan. Pengungkapan atas pengurangan efluen dan limbah menjadi aspek yang umumnya diungkap pula oleh sebagian besar perusahaan yang memublikasikan laporan keberlanjutan pada 2014. Perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang bersifat kualitatif dan positif (Gunawan, 2015a).

Uji *Inner Model*

Jenis Uji	Hasil	Ketentuan menurut Chin (1998)
R Square	CSR 0.039 dan Kinerja Ekonomi 0.297	0.67 (kuat), 0.33 (moderat) dan 0.19 (lemah)
Q Square	0.324	0.02 (kecil), 0.15 (sedang) dan 0.35 (besar)
Goodness Of Fit (GoF)	0.342	GoF small = 0,1, GoF medium = 0,25 dan GoF besar = 0,38

Sumber: Olahan penulis

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa model ini mampu memprediksi hubungan antara variabel dependen dan independen dengan nilai GoF 34.2% yang berada di antara nilai medium dan besar. Nilai Q square yang menunjukkan 0.324 pun berada pada skala sedang ke besar. Hal ini menunjukkan bahwa daya prediksi model cukup besar. Pada nilai R square dijelaskan bahwa etika lingkungan mampu menjelaskan variasi pada CSR sebesar 3.9 %, sedangkan sisanya dijelaskan variabel lain di luar model. Etika lingkungan dan CSR mampu menjelaskan variasi pada kinerja ekonomi sebesar 29,7%.

Uji Pengaruh

Pengaruh	P value
CSR – Kinerja ekonomi	0.000
Etika – CSR	0.273
Etika-Kinerja ekonomi	0.365

Suatu variabel dikatakan berpengaruh pada variabel lain apabila nilai *p-value* hubungan/jalur tersebut berada di bawah 0.05. Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa hanya 1 jalur yang signifikan, yaitu CSR ke kinerja ekonomi. Hal ini berarti CSR berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja ekonomi. Namun, etika lingkungan terhadap kinerja ekonomi dan etika terhadap CSR tidak memiliki pengaruh pada tingkat signifikansi 95%.

Adanya pengaruh signifikan positif pada hubungan CSR terhadap kinerja ekonomi dapat dijelaskan bahwa CSR dapat meningkatkan kinerja ekonomi jangka panjang. CSR yang dijalankan perusahaan akan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap perusahaan karena aspek keberlanjutan. Dengan adanya kepercayaan kepada perusahaan, perusahaan akan mudah mencapai kinerja ekonomi baik secara finansial maupun nonfinansial (Hansen & Mowen, 2015; Gunawan, 2010)

Uji Hipotesis

Pada uji hipotesis, penelitian ini akan melihat lebih besar pengaruh etika terhadap kinerja ekonomi secara langsung (H_1) atau dimediasi oleh variabel CSR (H_2). Pembuktian ini dapat dilihat dari koefisien korelasi pada Gambar 1. Pada gambar tersebut koefisien etika lingkungan terhadap kinerja ekonomi 0.019. Untuk menghitung koefisien hubungan tidak langsung, dikalikan koefisien etika lingkungan terhadap CSR (0.231) dan CSR terhadap kinerja ekonomi (0.559). Hasil yang diperoleh adalah 0.129. Angka koefisien ini menjelaskan bahwa hubungan etika terhadap kinerja ekonomi dengan mediasi CSR lebih besar daripada hubungan etika terhadap kinerja ekonomi secara langsung. Oleh karena itu, H_1 ditolak dan H_2 diterima.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Isu lingkungan yang saat ini menjadi tren topik bagi pemangku kepentingan perusahaan masih ditanggapi kurang serius oleh perusahaan. Pengungkapan lingkungan yang merupakan bagian dari CSR pun masih belum menjadi prioritas. Perusahaan menganggap bahwa aktivitas terkait lingkungan merupakan beban. Namun, apabila isu lingkungan menjadi perhatian perusahaan, kinerja ekonomi perusahaan dalam jangka panjang dapat meningkat.

Penelitian ini mengambil populasi dari 68 perusahaan di Indonesia yang memublikasikan laporan keberlanjutan tahun 2014 yang mampu memberikan penjelasan bahwa etika lingkungan akan memberikan pengaruh pada kinerja ekonomi dengan CSR sebagai variabel mediasi. Etika lingkungan tidak dapat menjelaskan pengaruh secara langsung kepada kinerja ekonomi karena etika merupakan nilai-nilai yang bersifat abstrak sehingga perlu penerapan nyata dalam pencapaian sasaran yang diharapkan. Etika lingkungan menjadi dasar penerapan CSR lingkungan.

Saran bagi praktik bisnis adalah penerapan etika lingkungan dapat memberikan pengaruh pada kinerja dalam jangka panjang, tetapi harus diaplikasikan melalui aktivitas CSR dan diungkap kepada pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan saat ini sudah semakin kritis dalam mengevaluasi kinerja perusahaan yang tidak hanya melihat profit sebagai tujuan satu-satunya, tetapi 3P, termasuk di dalamnya lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, C. A. (2002). Internal organisational factors influencing corporate social and ethical reporting : Beyond current theorising. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(2), 223-250.
- Ahmad, N., & Sulaiman, M. (2004). Environmental disclosure in Malaysian annual reports: A legitimacy theory perspective. *International Journal of Commerce & Management*, 14(1), 44-58.
- Ali, I. dan Ali, J. F. (2011). Corporate social responsibility, corporate reputation and employee engagement. *MPRA Paper*, No. 3389.

- Brown, N., & Deegan, C. (1998). The public disclosure of environmental performance information-a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. *Accounting & Business Research*, 29(1), 21-42.
- Bourdeau. (2004). The man - nature relationship and environmental ethics. *Journal of Environmental Radioactivity*, 72, pp. 9-15.
- Butler, Janet B, et al. (2011). Sustainability and the balance scorecard: Integrating green measures into business reporting. *Jurnal Management Accounting Quarterly*, 12(2).
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach for structural equation modeling. in G. A.Marcoulides (Ed.). *Modern methods for business research* (pp.295–236). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosure - a Theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282-343.
- Deegan, C., & Gordon, B. (1996). A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations. *The Accounting Review*, 26(3), 187-200.
- Fernández,F. & Souto, B. (June 2009). Crisis and corporate social responsibility: Threat or opportunity? *International Journal of Economic Sciences and Applied Research*, 2 (1), pp. 36-50.
- Figge, F., Hahn, T., Schaltegger, S., Wagner, M. (2002). The sustainability balanced scorecard - linking sustainability management to business strategy. *Business Strategy and The Environment Journal*, 11, pp. 269-284.
- Garriga, E., Mele, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53, pp. 51-71.
- Guthrie, J., & Parker, L. (1990). Corporate social disclosure practice: A comparative international analysis. *Advances in Public Interest Accounting*, 3, 159–176.
- Gunawan, J; Djajadikerta, H; Smith, M. (2008). The examination of corporate social disclosure by Indonesian listed companies. *Asia Pasific Centre For Environmental Accountability Journal*, 15,1.
- Gunawan, J. (2010). Perception of important information in corporate social disclosures: Evidence from Indonesia. *Social Responsibility Journal*, 6 (1), pp. 62-71.
- Gunawan, J. (2015a). Corporate Social Disclosure in Indonesia: Stakeholder's Influence and Motivation. *Social Responsibility Journal*, 11(3),pp. 535-552.
- Gunawan, J. (2015b). *Buku panduan laporan keberlanjutan: Prinsip menentukan isi dan kualitas*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Gunawan, J. (2015c). *Content analysis method: A proposed guideline for quantitative and qualitative disclosures. Book chapter of handbook of research methods in CSR*, Edited by David Crowther and Lausen, will be published by Edward Elgar, Spring 2015.
- Hansen, D. R. dan Mowen, M. M. (2015). *Cornerstones of cost management*. Canada: Cengage Learning.
- Hasnas, J. (1998). The normative theories of business ethics: A guide for the perplexed. *Business Ethics Quarterly*, 8(1), 19-42.
- Huang, C. Li dan Kung, F. H. (2011). Environmental consciousness and intellectual capital management. *Management Decision*, 49, 9 pp. 1405 - 1425.
- Keraf, S. (1998). *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kok, P., Wiele, T., McKenna, R., & Brown, A. (2001). A corporate social responsibility audit within a quality management framework. *Journal of Business Ethics*, 31(4), 285-297.
- Leaniz, P.M.G. & Bosque, I.R. (2013). Intellectual capital and relation capital: The role of sustainability in developing corporate reputation. *Omnia Science*, 9(1):262 - 280.
- Loumbeve, N. (2008). Business ethics as an enabler of corporate social responsibility: An organization learning and knowledge management approach to participatory business ethics. CSR Certificate 2008 - University Of Geneva.
- Mahoney, L, & Roberts, R. W. (2007). Corporate social performance, financial performance and institutional ownership in Canadian firms. *Accounting Forum*, 31, pp.233-253.
- Manning R, Valliere W, Minter B. (1999). Value ethics and attitudes toward national forest management: An empirical study. *Society and Natural Resources*, 12, pp. 421-436.
- Merchant, K. A. & van der Stede, W. A. (2012). *Management control system performance measurement, evaluation, and incentives*. England: Pearson Education Limited.
- Merquior, J. G. (1980). *Rousseau and Weber. Two studies in the theory of legitimacy*. London: Routledge and Kegan aul Ltd.
- Milne, M. J., Owen, D. L., & Tilt, C. A. (2000). Environmental reporting in Australia and New Zealand: Corporate reactions to best practice. *Commerce Research Paper Series*, Flinders University, South Australia.
- O'Donovan, G. (2000). *Legitimacy theory as an explanation for corporate environmental disclosure*. Melbourne: Victoria University of Technology.

- O'Donovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report : Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3),pp. 344-371..
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L, & Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance : A meta analysis. *Organization Studies*, 24(3), pp. 403 - 441.
- Raar, J. (2002). Environmental initiatives: Towards triple-bottom line reporting. *Corporate Communication: An International Journal*, 7 (3), pp.169-183
- Radyati, M. R. N. (2014). *Sustainable Business dan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jakarta : CECT Trisakti University.
- Suttipun, M. & Stanton, P. (2012). Determinants of environmental disclosure in Thai corporate annual reports. *International Journal Of Accounting and Financial Reporting*, 2, 1, pp. 99-115.
- Wilmshurst, T., D, & Frost, G. (2000). Corporate environmental reporting: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13(1),pp. 10-26.
- Zsolnai, L. (2010). Environmental ethics for business sustainability. *International Journal of Social Economics*, 38 (11), pp.892-899.

