

Pengaruh Environmental Performance dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Kosmetik di BEI

Windah Alfianah^{1*}, Ryan Kurnia Rizkianto²

^{1,2}Universitas Airlangga

windah.alfianah-2020@feb.unair.ac.id, ryan.kurnia.rizkianto-2016@feb.unair.ac.id

*Corresponding Author

Diajukan : 23 Juni 2023

Disetujui : 8 Juli 2023

Dipublikasi : 1 Oktober 2023

ABSTRACT

The purpose of this research is to test and analyze empirically influence environmental performance against the financial performance of cosmetics companies in Indonesia and the influence of corporate social responsibility disclosure of financial performance cosmetics companies in Indonesia. This research use a quantitative approach. A subject in this research was cosmetics companies listed on the Indonesia stock exchange period 2011-2018. Data presented in the form of descriptive statistics and produce 6 company and 36 samples.

Research carried out by using multiple linear regression analysis environmental performance has a positive influence on the financial performance of corporations and CSR disclosure have a positive influence on financial performance shows that CSR is a form of transparent form of behavior and ethical was an image of corporate sustainability. CSR can be used as a company to keep the company going concern sustainability in future.

Keywords: Sustainability; Environmental Performance; CSR Disclosure; Financial Performance; Cosmetics Sector

PENDAHULUAN

Pada tahun 2016 lebih dari 80 persen perusahaan kosmetik dunia masih melakukan uji coba pada hewan. Setiap tahunnya sekitar 500 ribu hewan digunakan dalam pengujian kosmetik dan untuk mendapatkan satu produk kosmetik perusahaan membutuhkan sekitar 2.000–3.000 ekor hewan yang dikorbankan sebagai bahan percobaan. Perusahaan mengabaikan hak untuk hidup bagi sesama makhluk ciptaan Tuhan. Pada Maret 2013 penjualan kosmetik yang menggunakan hewan untuk uji coba juga sudah dilarang dan 500 merek di dunia sudah tidak memakai binatang sebagai percobaannya dan beralih pada teknologi canggih yakni dengan memakai bantuan volunteer atau dengan komputerisasi, sehingga tidak ada alasan untuk menyakiti hewan (Widiarini & L.Hasibuan, 2019).

Perusahaan kosmetik memproduksi kosmetik dan produk pembersih sehari-hari yang mengandung sejumlah partikel plastik dan dilepaskan ke lingkungan yang dapat berbahaya bagi kehidupan laut. Penelitian di Plymouth University telah menunjukkan hampir 100.000 ‘microbeads’ kecil (masing dengan diameter sepersekian milimeter) dapat dilepaskan melalui setiap aplikasi tunggal produk tertentu, seperti scrub wajah. Partikel-partikel tersebut karena berukuran kecil dan banyak diantaranya akan melalui pengolahan limbah konvensional, sehingga dapat dilepaskan ke sungai dan lautan. Mikroplastik telah digunakan untuk menggantikan bahan pengelupasan alami dalam kosmetik dan telah dilaporkan dalam berbagai produk seperti pembersih tangan, sabun, pasta gigi, busa cukur, busa mandi, tabir surya dan shampoo. Ada bukti yang berkembang bahwa jumlah microbeads di perairan laut meningkat, sekitar 700 spesies dari organisme laut dilaporkan

menghadapi sampah laut di lingkungan alami mereka dan sampah plastik menyumbang lebih dari 90 persen dari sampah laut tersebut. Para peneliti di *Marine Pollution Bulletin* berpendapat bahwa limbah mikroplastik adalah penyebab pencemaran sebanyak 80 ton yang memasuki laut setiap tahunnya dari penggunaan kosmetik di Inggris saja (Tahir, 2015).

Di Indonesia terdapat 18 pantai yang menjadi titik utama untuk dilakukan penelitian dan pemantauan setiap bulan. Selama melakukan penelitian, pemantauan sampah terdampar diakuinya menjadi salah satu perhatian utama. Dari semua aktivitas pemantauan, ditemukan fakta bahwa mikroplastik bisa ditemukan pada seluruh lokasi kajian, baik pada permukaan air, sedimen, maupun pada tubuh ikan. Mikroplastik terbanyak ditemukan pada permukaan air di Sulawesi Selatan dan Teluk Jakarta dengan rerata 7,5 hingga 10 partikel per meter kubik. Pada sedimen yang diteliti di perairan Aceh, Sulawesi Selatan dan Biak, Papua, ditemukan lebih dari 100 partikel per kilogram. Hasil penelitian juga ditemukan mikroplastik pada ikan teri dengan 0,25 hingga 1.5 partikel per gram (Ambari, 2019). Fenomena di atas menggambarkan betapa kurang sadarnya perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Menurut (Djuitaningsih & E.E. Ristiawati, 2011) perusahaan dengan kinerja lingkungan baik akan mendapat respon yang baik pula dari *stakeholder* dan berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan dalam jangka panjang. Semakin baik kinerja lingkungan maka akan direspon positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan yang dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan (Fitriani, 2011).

Menurut Verrecchia dalam (Yendrawati & L.R. Tarusnawati, 2013) berpendapat bahwa pelaku lingkungan yang baik percaya ketika mereka mengungkapkan kinerja perusahaan, mereka menggambarkan berita bagus bagi pelaku pasar. Informasi mengenai aktivitas atau kinerja perusahaan adalah hal yang sangat penting bagi *stakeholder* khususnya investor sebab pengungkapan informasi mengenai hal tersebut merupakan kebutuhan bagi *stakeholder* (Suratno et al., 2007).

Standar CSR *disclosure* yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang ditetapkan GRI (*Global Reporting Initiative*). Isu yang beredar saat ini, OJK (Otoritas Jasa Keuangan) sedang mempersiapkan regulasi yang mewajibkan emiten melaporkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungannya. Jika hal tersebut benar, maka GRI *Standards* akan menjadi acuan utama bagi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (<https://majalahcsr.id>). Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Suciwati et al., 2017) serta (Djuitaningsih & E.E. Ristiawati, 2011). Pengembangan penelitian ini adalah dengan memfokuskan sampel pada sektor perusahaan kosmetik di Indonesia dan memperpanjang pengambilan sampel, yaitu periode 8 tahun, dari tahun 2011 sampai dengan 2018. Meskipun sudah ada penelitian sebelumnya yang menguji pengaruh Corporate Sustainability terhadap Kinerja Keuangan di sektor industri yang berbeda, penelitian ini mengisi celah pengetahuan dengan melihat sektor khusus yang lebih terfokus, yaitu perusahaan kosmetik di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara praktik keberlanjutan perusahaan dan kinerja keuangan dalam konteks sektor perusahaan kosmetik di Indonesia.

STUDI LITERATUR

Teori Legitimasi

Teori legitimasi berasal dari konsep legitimasi organisasi yang didefinisikan oleh (Dowling & J. Pfeffer, 1975) sebagai kondisi atau status yang ada saat sistem nilai perusahaan adalah kongruen dengan sistem nilai sosial. Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya dapat bertahan jika masyarakat sekitar merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. Perusahaan akan memberi keyakinan bahwa mereka mampu memenuhi kontrak sosial dengan masyarakat di sekitarnya (Suryana, 2011). Teori legitimasi mengatakan bahwa perusahaan akan terus menerus meyakinkan bahwa kegiatan yang dilakukan sudah sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat, sedangkan norma perusahaan akan terus berubah mengikuti perkembangan zaman (Harsanti, 2011). Perusahaan juga perlu menjaga legitimasi *stakeholder* dalam kerangka kebijakan serta mendukung pengambilan keputusan, sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan, yaitu sustainability perusahaan dan jaminan *going concern* (Hadi, 2011).

Teori Corporate Sustainability

Corporate sustainability dapat diinterpretasikan sebagai mengadopsi strategi bisnis dan kegiatan yang memenuhi kebutuhan perusahaan dan *stakeholder* sekaligus melindungi, mempertahankan dan meningkatkan sumber daya manusia dan alam yang akan dibutuhkan dimasa yang akan datang (Searcy, 2011). Menciptakan nilai untuk semua pemangku kepentingan membutuhkan manajer untuk meningkatkan kinerja keuangan mereka, social kinerja dan kinerja lingkungan dapat menjamin *corporate sustainability* dimasa depan. Perusahaan dapat terus bertahan (*sustainability*) jika perusahaan mampu beradaptasi proses bisnis dengan aturan atau norma dalam komunitas (O'Donovan dalam (Agustia et al., 2017).

Teori Kinerja Lingkungan

Menurut (Djuitaningsih & E.E. Ristiawati, 2011) perusahaan dengan kinerja lingkungan baik akan mendapat respon yang baik pula dari *stakeholder* dan berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan dalam jangka panjang. Menurut Fitriani (2013) Semakin baik kinerja lingkungan maka akan direspon positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan yang dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) mulai dikembangkan Kementerian Lingkungan Hidup sejak 1995. Program ini dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungannya. Sistem peringkat kinerja PROPER mencakup pemeringkatan perusahaan dalam lima (5) warna merupakan bentuk komunikatif penyampaian kinerja kepada masyarakat yang dimulai dari terbaik sampai ke yang terburuk. Jika perusahaan memenuhi seluruh peraturan tersebut (*in compliance*) maka akan diperoleh peringkat EMAS, HIJAU, dan BIRU. Apabila tidak maka peringkat MERAH atau HITAM yang tergantung kepada aspek ketidak-taatannya. Menurut Fitriani (2013) semakin baik kinerja lingkungan maka akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan direspon positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan.

Teori Corporate Social Responsibility Disclosure

Corporate Social Responsibility Disclosure yang biasa disebut *CSR disclosure* merupakan suatu proses dimana perusahaan melakukan komunikasi tentang dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi terhadap kelompok khusus yang memiliki kepentingan termasuk masyarakat secara keseluruhan (Putri, 2017). Tujuan dari *CSR disclosure* adalah supaya perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Penerapan *corporate social responsibility* dapat diungkapkan perusahaan dalam bentuk media laporan tahunan perusahaan yang berisi *sustainability report* selama kurun waktu satu tahun berjalan (Septiana & A. Fitria, 2014). Standar *CSR disclosure* yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang ditetapkan GRI (*Global Reporting Initiative*). Standar GRI dipilih karena lebih menfokuskan pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan. GRI menghasilkan kerangka konseptual, prinsip-prinsip, pedoman, dan indikator-indikator yang berterima umum secara global untuk mendorong organisasi lebih transparan dan bisa digunakan untuk mengukur dan melaporkan kinerja sosial, lingkungan dan ekonomi organisasi dalam suatu media pelaporan yang terintegrasi yang disebut Sustainability Reporting (<https://majalahcsr.id>).

Teori Kinerja Keuangan

Menurut (Al-Matari et al., 2014) pengukuran kinerja keuangan dapat memberikan informasi penting yang memungkinkan pihak manajemen untuk mengawasi kinerja perusahaan, proses pelaporan, meningkatkan motivasi, komunikasi, dan menunjukkan permasalahan dengan tepat laporan keuangan yang dikeluarkan secara periodik laporan keuangan digunakan oleh investor untuk mengetahui kondisi perusahaan dalam rangka pengambilan keputusan investasi dan sebagai alat ukur kinerja.

Cara mengukur kinerja keuangan dengan menganalisis rasio keuangan untuk menilai prestasi operasi suatu perusahaan. Rasio keuangan tersebut dirancang untuk dapat mengevaluasi laporan keuangan yang berisi data tentang posisi perusahaan pada suatu titik dan kegiatan operasi perusahaan sebelumnya (Houston, 2009). Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Al-Matari et al., 2014) *return on asset* (ROA) merupakan indikator pengukuran *firm performance* yang paling sering digunakan dalam *accounting-based measure*. ROA adalah salah satu bentuk dari rasio

profitabilitas untuk mengukur seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan aset perusahaan untuk menghasilkan laba operasi. ROA juga mengukur total pengembalian kepada total aset perusahaan. Semakin besar rasio ini, maka semakin baik pula kinerja perusahaan, karena mengindikasikan bahwa aktiva perusahaan dapat lebih cepat berputar untuk menghasilkan laba bagi penyedia modal perusahaan. ROA diukur dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total aktiva perusahaan.

Kinerja Keuangan Perusahaan

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Keuangan Perusahaan yang diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA). sebagai berikut:

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

Kinerja Lingkungan

Menurut Suratno (2006) dalam Fitriani (2013) Kinerja lingkungan perusahaan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Kinerja lingkungan ini diukur dari prestasi perusahaan mengikuti program PROPER yang merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi. Sistem peringkat kinerja PROPER mencakup pemeringkatan perusahaan dalam lima (5) warna dengan kategori dan skor sebagai berikut :

Tabel 1
Kategori Peringkat Kinerja Lingkungan

PERINGKAT	KATEGORI	SKOR	KETERANGAN
Emas	Sangat-Sangat baik	5	Telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dan telah melakukan upaya 3R (<i>Reuse, Recycle dan Recovery</i>), menerapkan sistem pengelolaan lingkungan yang berkesinambungan, serta melakukan upaya-upaya yang berguna bagi kepentingan masyarakat pada jangka panjang;
Hijau	Sangat baik	4	Telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan, telah mempunyai sistem pengelolaan lingkungan, mempunyai hubungan yang baik dengan masyarakat, termasuk melakukan upaya 3R (<i>Reuse, Recycle dan Recovery</i>);
Biru	Baik	3	Telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan yang berlaku;
Merah	Buruk	2	Melakukan upaya pengelolaan lingkungan, akan tetapi baru sebagian mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dengan peraturan perundang-undangan;
Hitam	Sangat buruk	1	Belum melakukan upaya lingkungan berarti, secara sengaja tidak melakukan upaya pengelolaan lingkungan sebagaimana yang dipersyaratkan, serta berpotensi mencemari lingkungan.

Sumber : Laporan PROPER periode 2017 – 2018

Corporate Social Responsibility Disclosure (Pengungkapan CSR)

Menurut (Purnasiwi & Sudarno, 2011) Indikator CSR disclosure mencakup indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan indikator kinerja sosial. Aspek dalam kinerja ekonomi meliputi aspek ekonomi, aspek kehadiran pasar, dan aspek dampak tidak langsung. Aspek dalam kinerja lingkungan meliputi aspek material, energi, air, bio-diversitas, emisi, limbah, produk maupun jasa, sikap kepatuhan, transportasi dan aspek keseluruhan. Kinerja sosial berhubungan dengan ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk. Menurut Putri (2017) semakin banyak perusahaan mengungkapkan maka semakin besar pula nilai pengungkapan corporate social responsibility perusahaan tersebut. Kemudian setelah dilakukan pemeriksaan kembali, selanjutnya dihitung menggunakan rumus Corporate Social Responsibility Disclosure Index, yaitu menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item corporate social responsibility dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Branco dan Rodrigues, 2008 dalam (Agustia et al., 2017). Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut :

$$\text{CSRDI} = \frac{\text{jumlah item yang diungkapkan perusahaan}}{\text{jumlah yang seharusnya diungkapkan}} \times 100\%$$

Panduan GRI yang digunakan adalah versi G3.1 untuk tahun 2011 hingga 2012, panduan GRI versi G4 untuk tahun 2013 hingga 2017. Dan pedoman GRI Standards yang berlaku pada tanggal 1 Juli 2018.

Pengaruh *environmental performance* terhadap kinerja keuangan

(Djuitaningsih & E.E. Ristiawati, 2011) menyatakan perusahaan dengan kinerja lingkungan baik akan mendapat respon yang baik pula dari *stakeholder* dan berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan dalam jangka panjang. Fitriani (2013) menyatakan semakin baik kinerja lingkungan maka akan direspon positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan yang dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup telah membentuk Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup. PROPER berperan sebagai bentuk penataan lingkungan hidup perusahaan-perusahaan di Indonesia. Kinerja lingkungan yang baik tersebut akan mendapatkan keunggulan kompetitif di waktu mendatang yang secara nyata meningkatkan level kinerja lingkungan mereka. Angelia dan (Angelia & R. Suryaningsih, 2015) juga menemukan kinerja lingkungan mempunyai pengaruh positif pada kinerja keuangan.

H1 : *Environmental performance* berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Pengaruh CSR disclosure terhadap kinerja keuangan

Standar CSR disclosure yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang ditetapkan GRI (*Global Reporting Initiative*). Budimanta (2008) dalam Putri (2017) berpendapat bahwa hubungan *corporate social responsibility* dengan kinerja keuangan dapat dijelaskan melalui teori legitimasi dan teori *stakeholder*. Kedua teori tersebut menunjukkan adanya keterkaitan antara perusahaan dengan pihak-pihak eksternal perusahaan dan sifatnya saling mempengaruhi. (Suciwati et al., 2017) menyatakan apabila CSR disclosure perusahaan dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi meningkatnya investor yang akan investasi berdasarkan kinerja keuangan perusahaan yang baik. Ketika perusahaan dapat menunjukkan kepada masyarakat akan berbagai tindakan sosial yang telah dilakukan, maka tingkat legitimasi perusahaan tersebut di masyarakat akan meningkat dan mendapat tanggapan dari para pemangku kepentingan (Dowling & J. Pfeffer, 1975).

H2 : CSR disclosure berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

METODE

Hipotesis dalam penelitian ini diuji menggunakan analisis regresi linear. Sedangkan Untuk menguji hipotesis digunakan analisis regresi yang dilakuakn dengan bantuan SPSS versi 23 for windows. model persamaan yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Kinerja Keuangan
- A = Konstanta
- β_1, β_2 = Koefisien Regresi
- X1 = *Environmental Performance*
- X2 = *Corporate Social Responsibility Disclosure*

PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2018. Sampel dipilih menggunakan metode sensus. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, diperoleh 6 perusahaan dengan 36 pengamatan.

Tabel 2
Target Populasi

No.	Kriteria Rincian	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Total
1	Perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2011-2018.	5	5	5	6	6	6	6	6	48
2	Perusahaan kosmetik yang tidak terdaftar di PROPER 2011- 2018.	(2)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(12)
3	Perusahaan Kosmetik yang tidak menyediakan data laporan keuangan dan laporan tahunan secara lengkap per tanggal 31 Desember tahun 2011–2018 dengan pertimbangan untuk mengetahui pengungkapan CSR.	0	0	0	0	0	0	0	0	(0)
Jumlah Sampel		3	4	4	5	5	5	5	5	36

Statistik Deskriptif

Tabel 3
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PROPER	36	2	4	2.83	.655
CSRDI	36	.440	.837	.6273	.099567
ROA	36	-.176	.467	.1274	.173363
Valid N (listwise)	36				

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 23

Tabel 3 memperlihatkan bahwa PROPER sebagai simbol *environmental performance* memiliki rata-rata performa sebesar 2.83 dengan standard deviasi 0.655 yang menunjukkan bahwa sebaran data PROPER memiliki tingkat variasi sebesar 23.1448 persen. Tingkat variasi kurang dari 100 persen yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan yang dimiliki perusahaan-perusahaan dalam data penelitian relatif sama tiap perusahaan atau homogen, di mana kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan relatif sama. Rata-rata perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode pengamatan tahun 2011-2018 memiliki skor 3 (tiga) artinya perusahaan rata-rata menyandang peringkat biru dengan kategori baik yaitu perusahaan telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan yang berlaku.

Nilai minimum PROPER adalah 2 (dua), PROPER dengan skor 2 (dua) adalah peringkat merah yang masuk dalam kategori buruk yaitu perusahaan yang melakukan upaya pengelolaan lingkungan, akan tetapi baru sebagian mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dengan peraturan perundang-undangan. Perusahaan kosmetik yang menyandang peringkat merah adalah Mustika Ratu Tbk (MRAT) pada tahun 2011, 2016, 2017 dan 2018. Martina Berto Tbk (MBTO) juga menyandang peringkat merah pada tahun 2015 hingga 2018. Akasha Wira International Tbk (ADES) menyandang peringkat merah pada tahun 2015.

Nilai maksimum PROPER sebesar 4 (empat) yang masuk dalam peringkat hijau dengan kategori sangat baik yaitu perusahaan telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan, perusahaan telah mempunyai sistem pengelolaan lingkungan, serta perusahaan mempunyai hubungan yang baik dengan masyarakat termasuk dalam melakukan upaya 3R (*Reuse, Recycle dan Recovery*). Perusahaan kosmetik yang menyandang peringkat hijau adalah Unilever Indonesia (UNVR) pada tahun 2011 hingga 2015.

Nilai tertinggi dari PROPER menunjukkan kinerja lingkungan paling baik yang dimiliki sampel perusahaan. Nilai terendah dari PROPER menunjukkan kinerja lingkungan paling buruk yang dimiliki sampel perusahaan.

CSRDI memiliki nilai minimum adalah sebesar 0.440 dan nilai maksimum adalah sebesar 0.837. Untuk keseluruhan perusahaan memperlihatkan rata-rata performa CSR *disclosure* sebesar 0.62737 dengan standard deviasi 0.099567 yang menunjukkan bahwa sebaran data CSRDI memiliki tingkat variasi sebesar 15.8705 persen. Tingkat variasi kurang dari 100 persen yang menunjukkan bahwa CSR *disclosure* yang dimiliki perusahaan-perusahaan dalam data penelitian relatif sama tiap perusahaan atau homogen, dimana kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan relatif sama, yaitu perusahaan belum memenuhi standar pengungkapan yakni nilai 1 untuk memenuhi standar umum dan standar khusus.

Perusahaan kosmetik di uji dengan panduan GRI yang berbeda-beda sesuai dengan versi yang berlaku. Pada periode tahun 2011 hingga 2012 GRI yang digunakan adalah GRI G3.1 yang memiliki sebanyak 84 indikator. Akasha Wira International Tbk (ADES) mengungkapkan sebanyak 56 indikator, Martina Berto Tbk (MBTO) mengungkapkan sebanyak 47 indikator, Mustika Ratu Tbk (MRAT) mengungkapkan sebanyak 51 indikator, Mandom Indonesia (TCID) mengungkapkan sebanyak 68 indikator, dan Unilever Indonesia (UNVR) mengungkapkan sebanyak 65 indikator. Berdasarkan data diatas perusahaan kosmetik pada tahun 2011 dan 2012 telah mengungkapkan lebih dari setengah standar CSR *Disclosure*. Indikator GRI G3.1 yang jarang diungkapkan oleh perusahaan adalah indikator EC5, HR7, HR10, HR11, SO4, SO5, SO8, SO9, dan SO10. Rincian indikator dapat dilihat dalam lampiran 2 Item GRI G3.1.

Pada periode tahun 2013 hingga 2017 GRI yang digunakan adalah GRI G4 dengan indikator sebanyak 91 indikator. Akasha Wira International Tbk (ADES) mengungkapkan sebanyak 59 indikator, Kino Indonesia Tbk (KINO) mulai mengungkapkan sebanyak 57 indikator di tahun 2014, Martina Berto Tbk (MBTO) mengungkapkan sebanyak 40 indikator, Mustika Ratu Tbk (MRAT) mengungkapkan sebanyak 54 indikator, Mandom Indonesia (TCID) mengungkapkan sebanyak 62 indikator, dan Unilever Indonesia (UNVR) mengungkapkan sebanyak 66 indikator. Berdasarkan data diatas sebanyak 4 (empat) perusahaan kosmetik meningkatkan CSR *Disclosure* pada tahun 2013, sedangkan perusahaan yang menurunkan CSR *Disclosure* adalah Martina Berto Tbk (MBTO) dan Mandom Indonesia (TCID). Indikator GRI G4 yang jarang diungkapkan oleh

perusahaan adalah indikator EC5, EN30, EN31, EN32, EN33, EN34, HR10, HR11, HR12, SO5, dan SO10. Rincian indikator dapat dilihat dalam lampiran 3 Item GRI G4.

Pada periode tahun 2018 GRI yang digunakan adalah GRI *standards* dengan indikator sebanyak 135 indikator bila diungkapkan secara keseluruhan, namun GRI *Standards* menggunakan skema dokumen modular dengan total 36 modul. Setiap modul dapat ditambah, dikurangi atau diubah kapan saja sesuai dengan dinamika aspek keberlanjutan. Modul-modul yang di maksud dapat diakui sebagai unit-unit modul tersendiri meski saling terkait satu sama lain. Akasha Wira International Tbk (ADES) mengungkapkan sebanyak 96 indikator, Kino Indonesia Tbk (KINO) mengungkapkan sebanyak 94 indikator, Martina Berto Tbk (MBTO) mengungkapkan sebanyak 78 indikator, Mustika Ratu Tbk (MRAT) mengungkapkan sebanyak 91 indikator, Mandom Indonesia (TCID) mengungkapkan sebanyak 106 indikator, dan Unilever Indonesia (UNVR) mengungkapkan sebanyak 113 indikator. Berdasarkan data diatas seluruh perusahaan kosmetik meningkatkan CSR *Disclosure* pada tahun 2018. Indikator GRI *Standards* yang jarang diungkapkan oleh perusahaan adalah indicator 102-7, 102-10, 102-25, 102-32, 102-33, 102-34, 102-42, 43, 102-55, 102-56, 205-2, 205-3, 206-1, 302-2, 308-2, dan 413-2. Rincian indikator dapat dilihat dalam lampiran 4 Item GRI *Standards*.

Return on Assets (ROA) digunakan sebagai alat ukur kinerja keuangan atau profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan dari 36 amatan diperoleh nilai rata-rata ROA menunjukkan sebesar 0.12749 dan standar deviasi 0.173363, artinya tingkat sebaran data ROA memiliki tingkat variasi 135.9816 persen. Tingkat variasi yang didapat lebih dari 100 persen menunjukkan nilai ROA yang dimiliki perusahaan-perusahaan dalam data penelitian relatif berbeda atau heterogen. Perbedaan kemampuan penggunaan aset secara efisien untuk menghasilkan laba berbeda satu perusahaan dengan perusahaan lain.

Nilai minimum ROA sebesar minus 0.176 yang dimiliki oleh Martina Berto Tbk (MBTO) dikarenakan Martina Berto Tbk (MBTO) mengalami kerugian pada tahun 2018. Tahun 2018 adalah awal dimulainya perang dagang antara Amerika Serikat melawan China dengan pemberlakuan tarif masuk, juga memberi pengaruh pada perekonomian dunia. Tahun 2018 ekonomi nasional hanya tumbuh sebesar 5,17%, dibawah target APBN 5,4% dengan tingkat inflasi 3,13% atau lebih rendah dari target APBN sebesar 3,5%. Sedangkan nilai tukar Rupiah terhadap Dollar Amerika ditutup pada harga Rp.14.375 per Dollar. Dalam APBN nilai tukar Rupiah terhadap Dollar AS dipatok Rp.13.500, tingkat bunga SPN 5,3%, harga minyak Indonesia *Crude Price* (ICP) US\$48/barrel. Dalam realisasinya nilai tukar Rupiah terhadap Dollar AS melemah menjadi rata-rata Rp14.500 sempat melewati Rp15.000 untuk beberapa lama. Harga minyak dunia sepanjang tahun 2018 berfluktuasi di kisaran US\$58 – \$84/barrel, sehingga menambah pengeluaran pemerintah untuk subsidi serta impor minyak. Situasi di atas menyebabkan defisit transaksi berjalan membesar hingga US\$31,1 milyar. Kondisi sebagaimana disebutkan diatas berdampak cukup signifikan terhadap perusahaan kosmetik karena berkurangnya konsumsi masyarakat turut mengurangi jalur distribusi produk-produk kosmetik. Walaupun Perusahaan telah selektif dalam melakukan pembelanjaan penjualan dan pemasaran dan menurunkan biaya sampai 14,14%, namun rasionya terhadap penjualan meningkat menjadi 49,94% dari 39,95% tahun sebelumnya. Karena adanya program yang tetap harus diikuti khususnya pada *modern trade*. Penjualan yang dibukukan Perusahaan tahun 2018 sebesar Rp.502,52 milyar atau memenuhi 64,43% dari target Penjualan tahun 2018. Karena penurunan penjualan lebih besar dari pada penurunan beban overhead dan pemasaran, Perusahaan membukukan rugi bersih sebesar Rp.114,13 milyar dari target laba bersih tahun 2018 sebesar Rp.15,00 milyar. Prospek usaha industri kosmetik masih cukup bagus, untuk tahun 2018 Kementerian Perindustrian memperkirakan industri kosmetik masih tumbuh sekitar 7,33%. Hal ini banyak menarik pemain-pemain baru terutama dari sektor industri kecil dan menengah.

Nilai maksimum ROA sebesar 0.467 dimiliki oleh Unilever Indonesia (UNVR). Selama 10 tahun terakhir pabrik milik Unilever Indonesia (UNVR) mengurangi konsumsi energi sebesar 32,78%, emisi CO2 sebesar 33,17%, konsumsi air sebesar 26,26%, COD di air limbah kami sebesar 90,50% dan total limbah sebesar 37,86%. Selama tahun 2018, sebanyak 7.779 ton limbah anorganik telah diserap oleh 2.816 bank sampah, menghasilkan total manfaat ekonomi sebesar Rp10,5 miliar dan total 322.000 ton sampah plastik fleksibel telah dikumpulkan oleh Unilever Indonesia (UNVR).

Pada tahun 2018 Perusahaan terus mendorong pertumbuhan margin melalui pengelolaan biaya operasional secara lebih ketat, meskipun terdapat tekanan yang signifikan dari biaya dan mata uang yang mengakibatkan penurunan laba bruto sebesar 0,6%. Meskipun demikian, penjualan bersih Unilever Indonesia (UNVR) sebesar Rp41,8 triliun atau meningkat 1.5% dan mencatatkan laba bersih yang meningkat 30,1% menjadi Rp9,1 triliun pada tahun 2018. Perusahaan sadar akan kekuatan ekonomi di segmen e-commerce, yaitu pertumbuhan yang cepat di kelas menengah atas dan bawah. Fenomena ini mendorong premiumisasi di segmen menengah atas yang semakin makmur dan juga produk-produk bernilai ekonomis untuk kalangan menengah bawah, hal ini membuat pasar menjadi semakin berfragmentasi. Moderatnya laju pertumbuhan pasar yang berada pada rata-rata 2,0% pada tahun 2018 menjadi kendala utama pada pertumbuhan bisnis kosmetik. Hal ini terkait dengan depresiasi rupiah, meningkatnya defisit perdagangan dan transaksi berjalan, serta tekanan eksternal. Tingkat pertumbuhan ekspor yang sedang dan mengalami peningkatan pada konsumsi domestik berdampak terhadap pertumbuhan PDB Indonesia sebesar 5,2%. Dalam keadaan meningkatnya defisit transaksi berjalan dan ketidakpastian yang diciptakan oleh perdagangan Amerika Serikat melawan China, nilai Rupiah anjlok sekitar 7% terhadap dolar AS pada tahun 2018, hal ini menciptakan tekanan pada anggaran negara, seperti halnya kenaikan harga minyak mentah dan intervensi pemerintah untuk mengendalikan harga bahan bakar dan tarif listrik. Meskipun Bank Sentral kemungkinan akan bertindak lebih lanjut untuk mencegah volatilitas nilai tukar mata uang, hal ini ditambah risiko lain seperti kenaikan harga minyak mentah dan ketidakpastian yang berkepanjangan atas perang perdagangan Amerika Serikat melawan China dan Brexit, dapat meningkatkan defisit neraca perdagangan dan berkontribusi terhadap penurunan pengeluaran pemerintah.

Unilever Indonesia (UNVR) ditahun 2018 masuk dalam sepuluh besar perusahaan publik Big Cap di Indonesia dengan tata kelola Perusahaan terbaik dan mendapat penghargaan sebagai entitas Sektor Non-keuangan Terbaik pada ASEAN Corporate Governance Scorecard, sebagaimana di nilai oleh *Institute of Corporate Directorship* (IICD) dalam acara *The 10th IICD Corporate Governance Conference and Awards*. Unilever Indonesia (UNVR) juga merupakan salah satu perusahaan dengan tingkat pengungkapan praktik-praktik anti korupsi tertinggi di ASEAN, menurut laporan dari Universitas Nasional Singapura yang dirilis baru-baru ini. Studi yang mencakup 50 perusahaan terbesar dari Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Singapura ini menilai komitmen internal dan eksternal perusahaan terhadap anti-korupsi, pemantauan program-program anti-korupsi dan pelaporan. Unilever Indonesia (UNVR) adalah salah satu dari sepuluh perusahaan dengan kinerja terbaik di kawasan ASEAN berdasarkan indikator-indikator tersebut.

Pembahasan

Tabel 4
Hasil Regresi Berganda ROA

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	-.745	.113		
PROPER	.121	.031	.456	3.916	.000
CSRDI	.845	.203	.486	4.172	.000

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 23

Berdasarkan hasil yang disajikan pada tabel 4 hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *Environmental performance* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kinerja lingkungan sebesar 3.916 dengan nilai signifikansi 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hipotesis 1 diterima artinya terdapat pengaruh positif *Environmental performance* pada kinerja keuangan perusahaan. *CSR Disclosure* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

perusahaan. Hasil uji t variabel *CSR Disclosure* sebesar 4.172 dengan nilai signifikansi 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hipotesis 2 diterima artinya terdapat pengaruh positif *CSR Disclosure* pada kinerja keuangan perusahaan. Pada hasil uji autokorelasi ROA menunjukkan hasil untuk koefisien determinasi bahwa *R Square* sebesar 0.667 mengandung makna bahwa variabel kinerja lingkungan dan *CSR disclosure* mampu mempengaruhi (memprediksi) kinerja keuangan yang diukur menggunakan ROA sebesar 66,7%, sedangkan sisanya 33,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini..

Perusahaan kosmetik yang mengikuti kegiatan PROPER dan memperoleh kategori hijau dan biru cenderung menunjukkan laba bersih tahun berjalan dengan nilai positif, artinya tidak mengalami kerugian, sedangkan perusahaan kosmetik yang mengikuti kegiatan PROPER dan memperoleh kategori merah cenderung menunjukkan laba bersih tahun berjalan bernilai negatif, artinya perusahaan tersebut mengalami kerugian. Penelitian ini menunjukkan *Environmental performance* memiliki pengaruh positif pada kinerja keuangan karena perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan mendapatkan respon yang baik dari para pemangku kepentingan dan juga berdampak pada peningkatan jangka panjang dalam pendapatan perusahaan. Hasil ini sesuai kesimpulan penelitian yang dilakukan (Supadi & I.P. Sudana, 2018), Fitriani (2013), (Angelia & R. Suryaningsih, 2015), (Djuitaningsih & E.E. Ristiawati, 2011).

Penelitian ini memberikan kontribusi bagi implikasi teoritis. Teori legitimasi menjadi hal penting pengaturan hubungan dalam bentuk kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat untuk menyelaraskan nilai perusahaan dan nilai sosial. Keberadaan teori legitimasi mampu mengatasi perbedaan kepentingan antara perusahaan dan masyarakat dan dapat memaksimalkan nilai perusahaan secara keseluruhan dan sekaligus memaksimalkan nilai sosial itu sendiri. Perbaikan terhadap dampak aktivitas produksi dapat memberikan peningkatan yang signifikan bagi profitabilitas. Legitimasi timbul apabila terjadi kesesuaian antara pengharapan masyarakat dengan operasional perusahaan untuk mendukung *corporate sustainability*. Jika perusahaan telah mendapatkan legitimasi masyarakat maka perusahaan akan mendapatkan *image* positif yang akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Perusahaan kosmetik yang memisahkan *CSR disclosure* dalam bentuk *sustainability report* atau yang mengungkapkan item GRI lebih lengkap dalam *annual report* menunjukkan nilai rasio ROA lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang mengungkapkan item GRI lebih sedikit. Penelitian ini menunjukkan *CSR Disclosure* memiliki pengaruh positif pada kinerja keuangan karena perusahaan yang telah melakukan *CSR Disclosure* dan melaporkannya dalam *Sustainability Report* mampu menarik simpati masyarakat dan akan mendapatkan respon baik dari para pemangku kepentingan seperti *stakeholder*, hal ini juga berdampak pada peningkatan jangka panjang dalam peningkatan profitabilitasnya. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Suciwati et al., 2017), (Supadi & I.P. Sudana, 2018), (Angelia & R. Suryaningsih, 2015), serta Putri (2017) bahwa *CSR disclosure* yang dipublikasi oleh perusahaan berpengaruh pada *financial performance* perusahaan.

CSR disclosure menjadi sarana komunikasi perusahaan kepada *stakeholder* yang mampu menaikkan tingkat profitabilitas. Penggunaan variabel *CSR disclosure* dalam penelitian ini memberikan implikasi positif bagi teori legitimasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *CSR disclosure* menjelaskan peran teori legitimasi yang mampu mempengaruhi kinerja keuangan. Fenomena lingkungan yang terjadi pada lingkungan perusahaan kosmetik memperkuat peran teori legitimasi dalam menyeimbangkan berbagai kepentingan perusahaan dan sosial. Teori legitimasi merupakan teori yang menginterpretasikan bagaimana dan mengapa suatu korporasi peduli dengan isu lingkungan. Teori legitimasi mengasumsikan bahwa perusahaan dipengaruhi oleh masyarakat dan perusahaan yang mempengaruhi masyarakat tempat perusahaan beroperasi. Tujuan perusahaan adalah untuk menjaga *sustainability* kehidupan perusahaandengan mengelola persepsi masyarakat.

Pengungkapan *CSR Disclosure* dapat menjadi *key performance indicator* untuk penerapan ekonomi hijau yakni kepedulian terhadap *People, Planet dan Profit* melalui penyediaan alokasi dana *community development*. Hal ini merupakan strategi dalam menjaga *corporate rsustaibility* dalam jangka panjang pasca *CSR disclosure*. Keberadaan suatu perusahaan dipengaruhi oleh dukungan *stakeholder*. *Stakeholder* dapat mengendalikan pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Kekuatan atas *stakeholder* ditentukan besar kecilnya wewenang yang

dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut. Wewenang tersebut berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media, kemampuan mengatur perusahaan, atau kemampuan mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Pendekatan *stakeholder* membantu organisasi untuk selektif dalam menanggapi banyak tuntutan dari berbagai pihak yang terkena tindakan dan keputusan manajemen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan *environmental performance* dan *corporate social responsibility disclosure* sebagai variabel independen dan kinerja keuangan sebagai variabel dependen, kinerja keuangan perusahaan pada penelitian ini diprosikan dengan menggunakan ROA. Dapat diambil kesimpulan bahwa *Environmental performance* memiliki pengaruh positif pada kinerja keuangan perusahaan. Temuan ini mampu membuktikan teori legitimasi sebagai landasan yang menjelaskan pengaruh kinerja lingkungan pada kinerja keuangan. Perusahaan harus menyelaraskan tujuan ekonomi dengan tujuan lingkungan dan sosialnya. Penelitian ini juga menunjukkan hasil bahwa *CSR Disclosure* memiliki pengaruh positif pada kinerja keuangan. Perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata bagi keuntungan keuangan masa ini, namun juga konsekuensi sosial dan lingkungan untuk masa ini maupun untuk jangka panjang. Perusahaan menjadikan *CSR Disclosure* sebagai sarana komunikasi penyampaian kinerja perusahaan secara holistik kepada masyarakat agar lebih mudah diterima dalam mendapatkan ijin untuk beroperasi dari pemerintah dan publik. Hal ini menunjukkan bahwa adanya *stakeholder* di luar perusahaan yang memengaruhi perusahaan dalam merubah dimensi penerapan *corporate social responsibility*.

REFERENSI

- Agustia, D., T. Sawarjuwono, & W. Dianawati. (2017). *Green Inovation As Implementation of Sustainability Development in Indonesia*.
- Al-Matari, E. M., A.K.Al-Swidi, & F.H.B. Fadzil. (2014). The Measurements of Firm Performance's Dimensions. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 6(1).
- Ambari, M. (2019). *Bisakah Indonesia Kurangi Sampah Plastik Hingga 70 Persen Pada 2025 ?*
- Angelia, D., & R. Suryaningsih. (2015). The Effect of Environmental Performance And Corporate Social Responsibility Disclosure Towards Financial Performance (Case Study To Manufacture, Infrastructure, and Service Companies That Listed at Indonesia Stock Exchange). *Procedia-Social Dan Behavioral Sciences*.
- Djuitaningsih, T., & E.E. Ristiawati. (2011). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Kepemilikan Asing Terhadap Kinerja Finansial Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 9(2).
- Dowling, J., & J. Pfeffer. (1975). Organizational Legitimacy : Social Values and Organizational Behavior. *Pacific Sociological Review*, 18(1).
- Fitriani, A. (2011). *Pengaruh Kinerja Keuangan, Size dan Good Corporate Governance Perusahaan Terhadap Timeliness*.
- Hadi, N. (2011). Interaksi Tanggung Jawab Sosial, Kinerja Sosial, Kinerja Keuangan dan Luas Pengungkapan Sosial (Uji Motif di Balik Social Responsibility Perusahaan Go Publik di Indonesia). *Maksimum*, 1(2).
- Harsanti, P. (2011). Corporate Social Responsibility dan Teori Legitimasi. *Mawas*, 24(53).
- Houston, J. F. (2009). *Fundamentals of Financial Management*.
- Purnasiwi, J., & Sudarno. (2011). *Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Universitas Diponegoro.
- Putri, D. M. (2017). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Properti dan Real Estate*.
- Searcy, C. (2011). Updating Corporate Sustainability Performance Measurement Systems. *Measuring Business Excellence*, 15(2).

- Septiana, F., & A. Fitria. (2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 3(7).
- Suciwati, D. P., D.P.A Pradnyan, & C. Ardina. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12.
- Supadi, Y. M., & I.P. Sudana. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Pertambangan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7.
- Suratno, I. B., D. Darsono, & S. Mutmainah. (2007). Pengaruh Environmental Performance Terhadap Environmental Disclosure dan Economic Performance (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEJ Periode 2001-2004). *The Indonesia Journal of Accounting Research* , 10(2).
- Suryana, A. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*.
- Tahir, S. A. (2015). *Jutaan Partikel Plastik Ada di Dalam Produk Kosmetik*. Bhataramedia.Com/6616/Jutaan-Partikel-Plastik-Ada-Di-Dalam-Produk-Kosmetik/.
- Widiarini, A., & L.Hasibuan. (2019). *3000 Hewan Dikorbankan Untuk Uji Coba 1 Produk Kosmetik 2017*. <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/gaya/952748-3-000-hewan-dikorbankan-untuk-uji-coba-1-produk-kosmetik> .
- Yendrawati, R., & L.R. Tarusnawati. (2013). Peran Environmental Performance Terhadap Environmental Disclosure dan Economic Performance. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 17(3).