

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2013 - 2015

Agung Prasetyo, Wahyu Meiranto¹

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

Modern accounting concepts apply three basic principles of triple bottom lines, namely profit, people and planet (3P). Companies should still be oriented to seek economic benefits that allow it to continue to operate and grow. But the company must have concern for the welfare of human and the environment. Corporate Social Responsibility is a concept that connects these three principles. This study examines the influence of CSR on company performance

Object of this research is manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) or year of 2013 to 2015. The dependent variable used is three proxies of profitability : ROA, ROE and EPS. Three linear regression analysis models were used for prove the hypotheses

The results show that corporate social responsibility (CSR) has positive influence on ROA and ROE but not significant on EPS profitability. CSR can be viewed as one form of effort to form a positive image for company.

Keywords: Corporate social responsibility, profitability

PENDAHULUAN

Menurut IAI (2012:10), tujuan dari laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas, yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan keuangan dalam pembuatan keputusan ekonomi. Perusahaan sebagai entitas ekonomi, apapun bentuk industrinya, bertujuan untuk mencetak laba yang optimal guna meningkatkan kekayaan pemilik saham dan juga kinerja keuangan perusahaan akan tetapi itu saja tidak cukup, Sundari (2011) menjelaskan bahwa keberlanjutan bisnis perusahaan tidak terjamin bila hanya mengandalkan laba yang tinggi semata, tetapi perusahaan juga harus memiliki komitmen yang tinggi dalam menjalankan program CSR (*Corporate Social Responsibility*). Kinerja Keuangan merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada pihak manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada pemegang saham secara lebih luas. Kinerja keuangan perusahaan juga disinyalir sebagai faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan yang dilakukan perusahaan. Hubungan antara kinerja keuangan perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi landasan dasar untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang cukup signifikan. Maka dari itu apabila semakin tinggi tingkat kinerja keuangan perusahaan yang dihasilkan oleh perusahaan, maka pengungkapan informasi tanggung jawab sosial akan cenderung semakin besar pula. (Syahnaz 2013)

Kemampuan perusahaan untuk bersaing sangat tergantung pada keadaan lokasi dimana perusahaan itu beroperasi. Oleh karena itu, model piramida CSR harus difahami sebagai satu kesatuan. Sebab, CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah triple bottom lines, yaitu *profit*, *people* dan *planet* (3P). *Profit*, perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. *People*, perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial

¹ Corresponding author

bagi warga setempat. *Plannet*, perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, pengembangan pariwisata (ekoturisme). (Porter, 2002).

Citra perusahaan yang buruk dan sering dimunculkan di media massa, jelas tidak mendukung kelancaran operasional perusahaan dan bersifat kontra-produktif terhadap upaya peningkatan produktivitas dan keuntungan. Kini semakin diakui bahwa perusahaan, sebagai pelaku bisnis, tidak akan bisa terus berkembang, jika menutup mata atau tak mau tahu dengan situasi dan kondisi lingkungan sosial tempat ia hidup. Dalam kaitan itulah, penerapan CSR dipandang sebagai sebuah keharusan. CSR bukan saja sebagai tanggung jawab, tetapi juga sebuah kewajiban. CSR adalah suatu peran bisnis dan harus menjadi bagian dari kebijakan bisnis. Maka, bisnis tidak hanya mengurus permasalahan laba, tapi juga sebagai sebuah institusi pembelajaran. Bisnis harus mengandung kesadaran sosial terhadap lingkungan sekitar (Tanujaya, 2006).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang selanjutnya ditetapkan oleh PP No. 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan Perseroan Terbatas, sehingga dari peraturan tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan dalam mengoperasikan usahanya wajib melakukan pertanggungjawaban atas kondisi sosial dan lingkungan dan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan.

Menurut Ambadar (Wijayanti. 2011), beberapa motivasi dan manfaat yang diharapkan perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi: 1) perusahaan terhindar dari reputasi negatif merusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek tanpa memperdulikan akibat dari perilaku buruk perusahaan, 2) kerangka kerja etis yang kokoh dapat membantu para manajer dan karyawan menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja di lingkungan dimana perusahaan bekerja, 3) perusahaan mendapat rasa hormat dari kelompok inti masyarakat yang membutuhkan keberadaan perusahaan khususnya dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan, 4) perilaku etis perusahaan aman dari gangguan lingkungan sekitar sehingga dapat beroperasi secara lancar.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan. Penelitian Hartini (2008), menggunakan ROE dan CAR (*cummulative abnormal return*) sebagai proksi kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap variabel ROE_{t+1} . Variabel kontrol (*leverage*, *size* dan *growth* secara statistik juga berpengaruh signifikan terhadap ROE_{t+1} . Sementara itu pada model kedua pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan tidak berpengaruh terhadap variabel CAR, namun variabel kontrol (*leverage*, *size* dan *growth* secara statistik berpengaruh signifikan terhadap CAR.

Penelitian Yaparto (2011), yang menggunakan objek penelitian perusahaan di sektor perbankan yang menggunakan ROA, ROE dan EPS (*Earning Per Share*) sebagai proksi kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan return *on assets* (ROA) dan *return on equity* (ROE) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan *Earning Per Share* (EPS).

Penelitian Wijayanti (2011), menggunakan ROA, ROE dan EPS (*earning per share*) sebagai proksi kinerja perusahaan. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan yang termasuk ke dalam industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sedangkan periode periode penelitian hanya 1 tahun, yaitu 2008. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *return on equity* sedangkan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap return on aset dan *earning per share*.

Penelitian Rahmadhana (2015), mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan, menggunakan CSR sebagai variabel independen dan menggunakan ROA, ROE, dan ROS sebagai proksi kinerja perusahaan serta menggunakan *SIZE* (ukuran), *GROWTH* (perumbuhan penjualan) dan *LEVERAGE* sebagai variabel kontrol. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pasar perusahaan.

Adanya hasil yang tidak konsisten mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan seperti kinerja ROA, ROE maupun EPS mengisyaratkan masih perlunya menguji kembali pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan dalam konteks tahun pengamatan dan sampel yang digunakan yang berbeda. Penelitian ini mereplikasi penelitian yang telah dilakukan oleh Yparto (2011), yang juga menganalisis pengaruh yang diberikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penggunaan periode pengamatan, dimana pada penelitian sebelumnya menggunakan 1 (satu) tahun pengamatan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan 3 (tiga) tahun pengamatan, yaitu tahun 2013-2015. Penambahan populasi dan sample ini dimaksudkan agar hasil penelitian dapat memberikan informasi yang lebih akurat mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan, dimana jika periode penelitian yang relatif pendek maka hanya akan menyebabkan pengaruh CSR tidak nampak karena pengungkapan CSR bertujuan untuk jangka panjang.

Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pertimbangan bahwa perusahaan manufaktur di Bursa Efer Indonesia memiliki jumlah yang paling besar dibanding jenis perusahaan lainnya. Selain itu perusahaan manufaktur dinilai berkaitan langsung dengan masalah-masalah sosial yang terkait dengan operasional perusahaan seperti, masalah lingkungan, produk yang dihasilkan, dan karyawan.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori *Stakeholder*

Menurut Ghozali dan Chariri (2007), teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Keberadaan suatu perusahaan dengan dukungan para *stakeholdernya* akan sangat berpengaruh kuat, karena pada dasarnya perusahaan mendapat support yang lebih dari *stakeholdernya*.

Berdasarkan teori *stakeholder* tersebut, maka *stakeholder* itu sendiri memiliki peranan yang sangat penting dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan karena *stakeholder* mengendalikan seluruh sumber daya yang dibutuhkan perusahaan. *Stakeholder* pada umumnya dapat mengendalikan sumber daya ekonomi yang dipakai dan digunakan oleh perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya. *Stakeholder* perusahaan dibagi kedalam dua kelompok besar yakni *primary stakeholders* dan *secondary stakeholders*. *Primary stakeholders* adalah pihak-pihak yang mempunyai kewenangan utama secara ekonomi terhadap perusahaan dan menanggung risiko seperti misalnya investor, kreditor, karyawan, komunitas lokal dan juga pemerintah termasuk kedalam golongan *primary stakeholders* walaupun tidak secara langsung mempunyai hubungan secara ekonomi namun hubungan diantara keduanya lebih bersifat non-kontraktual. Kelompok yang kedua adalah *secondary stakeholders* dimana sifat hubungan kedua belah pihak saling mempengaruhi namun kelangsungan hidup perusahaan secara ekonomi tidak ditentukan oleh *stakeholder* jenis ini. Contoh dari *secondary stakeholders* adalah media massadan kelompok kepentingan seperti lembaga sosial masyarakat, serikat buruh, dan sebagainya (Megness 2008).

Dapat dilihat bahwa peranan dari *stakeholder* tersebut sangatlah penting bagi perusahaan, untuk itu perusahaan seharusnya menitikberatkan perhatian kepada para *stakeholdernya* bukan hanya kepada pemilik perusahaan itu saja. Contohnya seperti pelaksanaan CSR ke berbagai aspek yang ada seperti pegawai, masyarakat, lingkungan, dan ekonomi. Jika hal hal ini kurang diperhatikan sesuai dengan teori *stakeholder* perusahaan akan mengalami kesulitan dalam mendapatkan dukungan berupa sumber daya untuk mencapai tujuannya yakni memperoleh keuntungan yang optimal (kinerja yang baik)

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Definisi CSR yang spesifik memang belum ada sampai saat ini, tapi beberapa definisi akan menjelaskan tentang definisi CSR. Menurut Wijayanti (2011), CSR merupakan suatu konsep bahwa organisasi, dalam hal ini lebih dispesifikkan kepada perusahaan, memiliki sebuah tanggung

jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. CSR menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi, yang menciptakan profit demi kelangsungan usaha, tapi juga tanggung jawab sosial dan lingkungan. CSR merupakan suatu komitmen perusahaan dalam mempertanggungjawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta terus-menerus menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya.

Sementara itu pengungkapan adalah pengeluaran informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Penerapan CSR dapat diungkapkan perusahaan dalam media laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas profitabilitas juga dinilai sebagai faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan yang dilakukan perusahaan. (Syahnaz, 2013). Selain itu profitabilitas juga disinyalir sebagai alat untuk menghitung performa perusahaan dalam menghasilkan laba (profit), baik dalam hubungan dengan penjualan, asset maupun modal saham tertentu. Profitabilitas juga berarti kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba.

Rasio profitabilitas menunjukkan dapat diprosikan dengan ROA, ROE, dan ROS yang dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan atau efisiensi manajemen, dan menyederukan informasi secara langsung mengenai bagaimana alokasi dari sumber daya tertentu menghasilkan laba perusahaan saat ini. (Ramadhana, 2015)

Menurut Rahmad (2015) dasar pemikiran bahwa tingkat keuntungan dipakai sebagai suatu cara untuk menilai keberhasilan efektivitas perusahaan, hal ini berkaitan dengan hasil akhir dari berbagai kebijakan dan keputusan perusahaan yang telah dijalankan dalam periode berjalan. Profitabilitas perusahaan bergantung pada tiga hal yaitu :

1. Kemampuan menciptakan nilai perusahaan semakin tinggi.
2. Operasi internal semakin efisien dan keunggulan kompetitif semakin besar.
3. Perusahaan yang tidak hanya menciptakan nilai yang tinggi tetapi juga harus menciptakan nilai yang lebih tinggi dibanding pesaingnya.

Profitabilitas dapat disinyalir pula sebagai faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan perusahaan. Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi anggapan dasar untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan, maka pengungkapan informasi sosial akan cenderung semakin besar. (Syahnaz, 2012)

Perumusan Hipotesis

Menurut Hartini (2010) investor melakukan overview terhadap suatu perusahaan dengan melihat rasio keuangan sebagai alat evaluasi investasi, karena rasio keuangan mencerminkan tinggi rendahnya nilai perusahaan, jika investor ingin melihat seberapa besar tingkat return atas investasi yang mereka tanamkan, yang akan dilihat pertama kali adalah rasio profitabilitas, terutama ROA dan ROE, karena pada rasio ini, semakin besar rasio ini maka semakin besar pula nilai perusahaan tersebut yang pada akhirnya dapat disinyalir menjadi sinyal positif dalam melakukan investasi untuk mendapat return tersebut. Hal ini berbanding lurus dengan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain teori *stakeholder* dan legitimasi yang membahas tentang *stakeholder* yang termasuk investor yang mengharapkan return dari investasinya, begitupun dengan *stakeholder* lain seperti pemasok, karyawan dan masyarakat yang berada di luar kepemilikan perusahaan yang mengharapkan timbal balik atas kegiatan perusahaan seperti masyarakat.

Perusahaan yang mengungkapkan CSR yang lebih luas mengisyaratkan bahwa mereka telah mengeluarkan beberapa dana yang digunakan untuk mengatasi masalah lingkungan. Menurut teori

stakeholder, pihak stakeholder yang berada di luar perusahaan seperti masyarakat termasuk konsumen dan masyarakat luas juga berhak untuk diperhatikan oleh perusahaan untuk menjaga kelangsungan perusahaan. Dengan melakukan CSR perusahaan dinilai sudah memperhatikan stakeholder selain investor. Kondisi demikian akan menjadikan kepercayaan masyarakat kepada perusahaan akan semakin besar. Hal ini pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan terhadap produk-produk yang dihasilkannya yang pada akhirnya akan kembali kepada perusahaan pada kontinuitas profit yang akan diperoleh perusahaan.

Perusahaan maupun produk yang dihasilkan maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan finansial atas pengungkapan CSR. Sebagaimana berkaitan dengan penelitian ini yang menggunakan teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan harus memberikan perhatian yang besar terhadap *stakeholdernya*, bukan hanya kepada pemilik saja, karena setiap *stakeholder* memiliki peran-peran yang besar terhadap perusahaan, jika tidak dilakukan maka perusahaan akan sulit untuk mendapatkan dukungan berupa sumber daya dalam rangka mewujudkan tujuannya yaitu memperoleh keuntungan yang optimal, bahkan perusahaan berpotensi rugi apabila tidak memperhatikan kepentingan *stakeholder*.

Selain itu program CSR baru dapat menjadi berkelanjutan apabila, program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Dengan melibatkan karyawan secara intensif, maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

Melakukan program CSR yang berkelanjutan akan memberikan dampak positif dan manfaat yang lebih besar baik kepada perusahaan itu sendiri maupun para stakeholder yang terkait. Program CSR yang berkelanjutan diharapkan akan dapat membentuk atau menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri. Setiap kegiatan tersebut akan melibatkan semangat sinergi dari semua pihak secara terus menerus membangun dan menciptakan kesejahteraan dan pada akhirnya akan tercipta kemandirian dari masyarakat yang terlibat dalam program tersebut.

Penelitian Saleh (2011), Ramadhana (2015) dan Shahnaz (2015) mendapatkan bahwa pengungkapan CSR yang lebih luas akan dapat meningkatkan return on asset pada perusahaan. Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik suatu hipotesis sebagai berikut :

H₁ : CSR berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA).

H₂ : CSR berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE).

H₃ : CSR berpengaruh signifikan terhadap *Earning Per Share* (EPS).

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2013-2015. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Yang dikarenakan tidak semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI antara 1 Januari 2013- 31 Desember 2015 dapat dipilih sebagai sampel. Kriteria-kriteria tersebut antara lain :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015.
2. Menyajikan data keuangan dalam rupiah
3. Telah menerbitkan laporan *annual report* yang berisi pengungkapan CSR pada masing-masing untuk periode 2012-2015
4. Memiliki ekuitas positif untuk tidak memberikan informasi ROE yang bias.

Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yakni variabel dependen, dan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan yang terdiri dari *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Earning Per Share* (EPS). Variabel independen penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder yaitu data laporan tahunan perusahaan atau annual report periode 2013-2015 yang diperoleh dari laporan keuangan dan *annual report* yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI).

Model Penelitian

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan penggabungan atau pooling data Karena dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variable atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variable dependen dengan variable indenpenden (Ghozali, 2006). Model statistik yang digunakan dalam penelitian ini akan diuraikan dibawah ini mengacu pada penelitian Yaparto (2011) :

$$ROA = \beta_0 + \beta_1 CSRI + \beta_2 LEV + \beta_3 IND + \beta_4 SIZE + \varepsilon \text{ (Model 1)}$$

$$ROE = \beta_0 + \beta_1 CSRI + \beta_2 LEV + \beta_3 IND + \beta_4 SIZE + \varepsilon \text{ (Model 2)}$$

$$EPS = \beta_0 + \beta_1 CSRI + \beta_2 LEV + \beta_3 IND + \beta_4 SIZE + \varepsilon \text{ (Model 3)}$$

Keterangan :

CSRI = *Corporate Social Responsibility Index*

ROE = *Return on Equity*

ROA = *Return on Asset*

EPS = *Earning Per Share*

LEV = *Leverage*

IND = *Jenis Industri*

SIZE = *Ukuran Perusahaan*

β_0 - β_4 = *Koefisien yang di estimasi*

ε = *Error term, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian*

HASIL PENELITIAN

Diperoleh bahwa sebanyak 199 perusahaan memenuhi syarat sampel selama tahun 2013-2015. Perincian perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Sampel penelitian

Kriteria	2013	2014	2015
Jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	144	148	151
Dalam mata uang asing	(27)	(27)	(27)
Tidak melaporkan anual report	(19)	(13)	(25)
Memiliki laba/ekuitas negatif	(35)	(32)	(39)
Sampel penelitian	63	76	60
Total sampel	199		

Selanjutnya sejumlah data tersebut digunakan untuk analisis data dan pengujian hipotesis. Untuk mengetahui keterkaitan faktor-faktor dengan besarnya pemenuhan pengungkapan CSR terhadap kinerja profitabilitas ROA, ROE dan EPS. Sedangkan deskripsi dari masing-masing variable dari seluruh sampel penelitian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 2 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel	n	minimum	maksimum	Rata-rata	Standar deviasi
CSR	199	0.0769	0.3974	0.2035	0.0739
LEV	199	0.0372	0.9839	0.4164	0.2018
SIZE	199	24.8602	33.0950	28.2578	1.6479
TYPE	199	0.0000	1.0000	0.7990	0.4018
ROA	199	0.0008	0.4018	0.0874	0.0841
ROE	199	0.0010	1.4230	0.1643	0.2160
EPS	199	0.3758	37401.8510	798.3077	3551.0501

Sumber : Data sekunder yang diolah

Perincian pengungkapan CSR berdasarkan aspek yang diungkapkan disajikan sebagai berikut:

Tabel 3 Deskripsi Pengungkapan CSR berdasarkan Aspek

Variabel	n	minimum	maksimum	Rata-rata	Standar deviasi
Lingkungan	199	0.0000	0.0769	0.0160	0.0214
Energi	199	0.0000	0.0256	0.0048	0.0078
K3	199	0.0000	0.1026	0.0396	0.0292
Lain-lain Tenaga Kerja	199	0.0000	0.1282	0.0470	0.0338
Produk	199	0.0000	0.0897	0.0236	0.0204
Keterlibatan Masyarakat	199	0.0128	0.0769	0.0473	0.0150
Umum	199	0.0128	0.0256	0.0252	0.0024

Sumber : Data sekunder yang diolah

Pengungkapan CSR pada aspek keterlibatan masyarakat menunjukkan menunjukkan rata-rata yang terbesar yaitu sebesar 0,0473 dari seluruh aspek yang ada sedangkan pengungkapan terkecil pada aspek Energi yaitu sebesar 0,0048.

Identifikasi Data

Untuk menguji hipotesis akan digunakan 3 buah model analisis regresi linier berganda. Namun demikian akan terlebih dahulu diuji mengenai ada tidaknya penyimpangan terhadap asumsi normalitas dan dan asumsi klasik yang diperlukan untuk mendapatkan model regresi yang baik. Hasil pengujian data awal menunjukkan bahwa belum diperolehnya distribusi normal sehingga pengeluaran outlier dan transformasi akan dilakukan. Identifikasi data outlier dilakukan dengan melakukan identifikasi outlier univariate. *Screening* data dimaksudkan untuk mendeteksi adanya data-data ekstrim (outlier) dari masing-masing variabel penelitian.

Tabel 4 Uji Normalitas

Residual	Kolmogorov Smirnov Z	sig	Keterangan distribusi
Model 1	0.698	0,714	Normal
Model 2	0.698	0,714	Normal
Model 3	0.767	0,599	Normal

Sumber : Data sekunder yang diolah

Hasil pengujian normalitas setelah membuang outlier dan transformasi ln menunjukkan bahwa hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* bahwa nilai residual sudah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2006).

Tabel 5 Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
CSR	0.704	1.421
LEV	0.918	1.089
SIZE	0.691	1.448
TYPE	0.966	1.035

Sumber : Data sekunder yang diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* juga menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas adalah jika mempunyai nilai VIF dibawah 10. Dari tabel tersebut diperoleh bahwa pada model regresi, semua variabel independen memiliki nilai VIF yang rendah dan jauh di bawah angka 10, dengan demikian diperoleh tidak adanya masalah multikolinieritas dalam model regresi.

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variance. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali,

2006). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser.

Tabel 6 Uji Glejser

Variabel	t	sig
CSR	.130	.737
LEV	.085	.134
SIZE	.055	.621
TYPE	.674	.486

Sumber : Data sekunder yang diolah

Dari tabel tersebut diperoleh bahwa hasil uji Glejser model 1 menunjukkan seluruh variabel bebas tidak signifikan terhadap nilai mutlak residualnya. Hal ini berarti bahwa model regresi pada model ini tidak mengandung adanya masalah heteroskedastisitas.

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2006). Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi kita harus melihat nilai uji D-W.:

Tabel 7 Uji Autokorelasi

Model	DW	Keterangan
Model 1	2,002	Bebas autokorelasi
Model 2	1,990	Bebas autokorelasi
Model 3	1,854	Bebas autokorelasi

Sumber : Data sekunder yang diolah

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai D-W sebagaimana pada tabel tersebut. Sedangkan nilai d_u diperoleh sebesar 1,79. Dengan demikian diperoleh bahwa nilai DW sebesar 1,854 tersebut berada diantara D_U yaitu 1,79 dan $4 - D_U$ yaitu 2,21. Dengan demikian menunjukkan bahwa model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

Tabel 8 Uji Model

Variabel	Model 1 Dep : ROA		Model 2 Dep : ROE		Model 3 Dep : EPS	
	t	Sig t	t	Sig t	t	Sig t
(Constant)	-5.400	0.000	-5.400	0.000	-5.316	0.000
CSR	2.178	0.031	2.178	0.031	0.796	0.427
LEV	-8.372	0.000	-8.372	0.000	-2.754	0.007
SIZE	2.989	0.003	2.989	0.003	7.127	0.000
TYPE	-0.881	0.380	-0.881	0.380	-0.993	0.322
F	7,502		7,502		20,863	
Sig F	0,000		0,000		0,000	
Adj R ²	0,388		0,141		0,335	

Sumber : Data sekunder yang diolah

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Return On Asset

Hipotesis I hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas yang diukur dengan ROA. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mustarudin Saleh, 2011) yang menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility positif dan signifikan berkaitan dengan Kinerja perusahaan yang diproksikan dengan ROA, Perusahaan yang berinvestasi lebih banyak dalam praktik CSR akan meningkatkan kinerja keuangan mereka dan CSR dapat menciptakan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Hal ini sejalan dengan Teori Stakeholder dalam Ghozali dan Chariri (2007) , mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Keberadaan suatu perusahaan dengan dukungan para stakeholdernya akan sangat berpengaruh kuat, karena pada dasarnya perusahaan mendapat support yang lebih dari *stakeholdernya*.

Alasan mendasar atas diperolehnya pengaruh signifikan dari variable pengungkapan sosial CSR terhadap profitabilitas ROA adalah karena pengungkapan aktivitas sosial oleh perusahaan merupakan pengungkapan yang mengungkapkan lebih banyak mengenai transparansi perusahaan, sehingga informasi tersebut memiliki nilai lebih bagi masyarakat umum mengenai kemauan dan kepedulian perusahaan terhadap CSR. Program-program CSR lebih banyak bersifat charity dan dapat memberikan pencitraan positif bagi perusahaan. Pencitraan memang perlu dilakukan oleh perusahaan, dan telah menjadi bagian strategi bisnis. Dukungan teori stakeholder mengungkapkan bahwa kepedulian kepada stakeholder selain investor akan memperkuat sustainability perusahaan

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Return On Equity

Dalam Hipotesis II hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas yang diukur dengan ROE, Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahnaz (2011) yang menyatakan bahwa pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin meningkatkan kinerja perusahaan.

Beberapa aktivitas CSR memerlukan pendanaan oleh perusahaan dengan demikian profitabilitas digunakan sebagai salah satu sumber pendanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam kondisi demikian manajemen nampaknya akan memanfaatkan profitabilitas perusahaan dengan memperbanyak pengungkapan sosialnya, sehingga perusahaan yang mengungkapkan CSR yang lebih luas akan mampu mendapatkan profitabilitas yang lebih tinggi. Di sisi lain kepedulian perusahaan terhadap CSR nampaknya menjadikan perusahaan lebih banyak dikenal oleh masyarakat umum sehingga banyak masyarakat yang lebih banyak mengenai produk dari perusahaan sehingga citra perusahaan juga menjadi lebih baik. Kondisi ini dapat mengakibatkan pertumbuhan penjualan yang lebih baik.

Berdasarkan teori stakeholder, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi stakeholder serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan going concern,

Output perusahaan bermuara pada masyarakat, maka perusahaan membutuhkan penilaian positif dari masyarakat. Perusahaan harus melebarkan tanggung jawabnya tidak hanya sekedar economic responsibility yang lebih diarahkan kepada shareholder (pemilik perusahaan). Namun perusahaan harus memastikan bahwa kegiatannya tidak melanggar dan bertanggungjawab kepada pemerintah yang dicerminkan dalam peraturan dan perundang-undangan yang berlaku (legal responsibility). Di samping itu, perusahaan juga tidak dapat mengesampingkan tanggung jawab kepada masyarakat, yang dicerminkan lewat tanggung jawab dan keberpihakan pada berbagai persoalan sosial dan lingkungan yang timbul,

Arah positif yang diperoleh dari hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan dengan dengan tingkat profitabilitas perusahaan khususnya ROE terdapat hubungan yang searah. Yang artinya apabila semakin meningkatnya pengungkapan CSR yang semakin luas akan meningkatkan kinerja profitabilitas.

Aspek CSR diantaranya mencakup penanganan masalah lingkungan, SDM maupun produk dan sosial akan memberikan dorongan kepada perusahaan untuk meenjadi lebih baik. Adanya tanggung jawab sosial perusahaan bisa memberikan semangat pada karyawan untuk lebih berprestasi di dalam melaksanakan tugasnya. Kesejahteraan karyawan adalah bentuk tanggung jawab perusahaan di lingkungan internal perusahaan, sehingga dengan meningkatnya biaya kesejahteraan karyawan, perusahaan tidak perlu khawatir karena manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dari pengeluaran biaya kesejahteraan karyawan dapat dirasakan secara langsung oleh perusahaan yakni dengan meningkatnya kinerja karyawan yang implikasinya bisa meningkatkan laba perusahaan karena karyawan bekerja lebih giat dan akan menjadi lebih mudah untuk diarahkan agar berkeja dengan efektif dan efisien.

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Earning Per Share

Hipotesis III hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas yang diukur dengan EPS. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi indeks pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, tidak berpengaruh secara signifikan pada peningkatan pengembalian per lembar saham yang dimiliki perusahaan. Seperti halnya yang dinyatakan oleh Dwijayanti dalam Yaparto (2011) rendahnya kualitas pengungkapan CSR menjadi pertimbangan investor karena laporan keuangan hanya memuat hal-hal positif tentang perusahaan. Oleh karena itu pertimbangan investor tersebut akan memicu keuangan perusahaan menjadi menurun di mana laba perusahaan dan diikuti dengan tidak signifikannya peningkatan EPS perusahaan.

Perbedaan hasil pengaruh CSR terhadap EPS dibanding pengaruhnya terhadap ROA dan ROE dapat juga dikarenakan sifat profitabilitas EPS banyak yang masih dipengaruhi aspek teknis saham seperti jumlah kepemilikan saham yang tidak selalu berbanding lurus dengan kinerja perusahaan sehingga nilai EPS seringkali tidak berbanding lurus dengan ROA maupun ROE.

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda sebagaimana dijelaskan sebelumnya didapatkan bahwa model yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah layak (fit) dan berhasil menunjukkan sebagai model yang baik. Berikut adalah pembahasan tentang hubungan antara variabel-variabel yang dihipotesiskan dalam penelitian ini.

1. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan diperoleh memiliki pengaruh positif terhadap ROA. Perusahaan yang mengungkapkan CSR yang lebih luas akan dapat memperoleh profitabilitas perusahaan ROA yang lebih tinggi.
2. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan diperoleh memiliki pengaruh positif terhadap ROE. Perusahaan yang mengungkapkan CSR yang lebih luas akan dapat memperoleh profitabilitas perusahaan ROE yang lebih tinggi.
3. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan diperoleh tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap EPS.

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini dapat diungkapkan sebagai berikut :

1. Masih ada beberapa perusahaan yang tidak melaporkan pengungkapan sosial perusahaan sehingga penelitian ini mengsumsikan bahwa data perusahaan yang tidak diasumsikan tidak mengeluarkan pengungkapan sosial.
2. Subyektifitas penilai masih nampak, karena laporan pengungkapan sosial tidak disajikan secara eksplisit sehingga masih memerlukan interpretasi penilai.
3. Pada Penelitian ini R^2 dari variabel dependen Kinerja Keuangan Perusahaan yang diukur dengan Return On Asset adalah sebesar 0,388. Hal ini berarti bahwa 38,8% variasi kinerja ROA dapat dijelaskan secara signifikan oleh variabel indeks pengungkapan CSR dengan control ukuran perusahaan, leverage, dan industry perusahaan, sedangkan 61,2% kinerja ROA dapat dijelaskan oleh variabel lain. Penelitian R^2 dari variabel dependen Kinerja Keuangan Perusahaan yang diukur dengan Return On Equity adalah sebesar 0,141. Hal ini berarti bahwa 14,1% variasi kinerja ROE dapat dijelaskan secara signifikan oleh variabel indeks pengungkapan CSR dengan control ukuran perusahaan, leverage, dan industry perusahaan, sedangkan 85,9% kinerja ROE dapat dijelaskan oleh variabel lain. Dan Pada Penelitian R^2 dari variabel kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan Earning Per Share sebesar 0,335. Hal ini berarti bahwa 33,5% variasi kinerja EPS dapat dijelaskan secara signifikan oleh variabel indeks pengungkapan CSR dengan control ukuran perusahaan, leverage, dan industry perusahaan, sedangkan 66,5% kinerja EPS dapat dijelaskan oleh variabel lain.

Saran

Dengan mempertimbangkan hasil analisis, kesimpulan dan keterbatasan yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini memberikan saran untuk penelitian berikutnya :

1. Dengan diperolehnya pengaruh ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan sosial maka hal ini menunjukkan masih adanya perbedaan penyajian laporan pengungkapan sosial pada perusahaan-perusahaan di BEI. Untuk itu nampaknya masing-masing perusahaan perlu memiliki kesadaran untuk memberikan pengungkapan sosial sebagai tanggung jawab sosial mereka.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah dapat dilakukan dengan menambahkan beberapa variabel ke dalam model persamaan regresi diantaranya adalah asimetri informasi yang menunjukkan perbedaan informasi yang dimiliki oleh manajemen dan pemegang saham.
3. Penggunaan variabel bebas untuk tahun sebelumnya dapat untuk menjelaskan bahwa pengaruh variabel keuangan periode sebelumnya akan berpengaruh terhadap pengungkapan sosial periode selanjutnya.

REFERENSI

- Ang, Robert. 2007. Buku Pintar Pasar Modal Indonesia (The Intelligent. Guide To Indonesian Capital Market). Edisi Pertama. Mediasoft
- Achmad Zaenudin (2007). Faktor faktor yang berpengaruh Terhadap Praktek Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Go-Public. Tesis Universitas Diponegoro.
- Badjuri, Ahmad, 2011 "Faktor Faktor Fundamental , Mekanisme Corporate Governance ,Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur Dan Sumber Daya Alam Di Indonesia, Dinamika Keuangan dan Perbankan ,Vol.3,no 1 , hal 38-54
- Ghillyer, A. (2012). *Business Ethics Now* (3 ed.). Boston, MA: McGraw-Hill.
- Ghozali, I dan Chariri, A, 2007. Teori Akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Undip
- Ghozali , Imam, 2012 , Asumsi Klasik , Universitas Diponegoro Semarang
- Harahap, Muchtar Effendi, (2014), Perkembangan CSR di Indonesia, <http://muchtareffendiharahap.blogspot.co.id/2014/02/perkembangan-csr-di-indonesia.html>
- Hariyani, Reni (2010) "Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Perbedaan Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus PT Unilever Indonesia Tbk)"
- Hartini , Dwi (2008) "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan" Makalah ini di Sampaikan Dalam Seminar Nasional : Simposiom Nasional Akuntansi XI Pontianak 2008
- Hendra, Kartika Titisari,Eko Suwardi dan Doddy Setiawan (2010) "Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan" , pp. 1-28
- Hermanto Edy Djatmiko.2013. *Pada Mulanya Adalah Botol*, SWA : 10XXI/12 -25 Mei 2005.
- Magness, Vanessa, 2008. "Who are the Stakeholders Now? An Empirical Examination of the Mitchell, Agle, and Wood Theory of Stakeholder Saliency" *Journal of Business Ethics*, Volume 83, Issue 2, page 177.
- Munawir. 2006. Analisa Laporan Keuangan. Yogyakarta: Liberty.
- Porter, Michael E. dan Mark R. Kramer (2002). The Competitive Advantage of Corporate Philantropy, *Harvard Business Review*, December.
- Rahmad, Andris Akbarul, (2015), Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan (Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2010-2012). Universitas Diponegoro
- Ramadhana. Yusri. 2015, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (Csr) Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009 – 2013). Uniersitas Diponegoro Semarang.
- Rangkuti, Freddy, 2005. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. JakartaP: T. Gramedia
- Saleh, Mustarudin Norhayah Zulkifli Rusnah Muhamad (2011) "Looking for evidence of the relationship between corporate social responsibility and corporate financial performance

- in an emerging market", Asia- Pacific Journal of Business Administration, Vol. 3 Iss 2 pp. 165 – 190
- Shahnaz, Melisa (2013), Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan, Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya
- Sundari, Sri, (2011), Hubungan Corporate Social Responsibility (Csr) Dengan Kinerja Perusahaan, Jurnal Publikasi Universitas Hasanudin Makasar.
- Tanudjaja, Bing Bedjo. (2016), Perkembangan Corporate Social Responsibility Di Indonesia, Nirmana, Vol.8, No. 2, Juli 2006: 92-98
- Tri , Feb Wijayanti dan Sutaryo (2011) “Pengaruh Corporate social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan”Makalah di sampaikan dalam seminar Nasional : Simposim Nasional Akuntansi XIV Aceh 2011
- Walsh, Ciaran. 2003. Key Management Ratios: Rasio-rasio Manajemen Penting(terjemahan) . Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Wijayanti, F.T., Sutaryo dan Prabowo M.A. 2011. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Aceh: *Simposium Nasional Akuntansi XIV*, 1-29.
- Yaparto, Marissa (2013), Pengaruh Corporate Governance Responsibility terhadap Kinerja Keuangan pada Sektor Manufaktur, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya.