

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA
PERUSAHAAN DENGAN KEPEMILIKAN ASING
SEBAGAI VARIABEL MODERATING**
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di
Bursa Efek Indonesia)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Reguler II Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

Budi Cahyono
NIM.C2C607035

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG
2011**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Budi Cahyono

Nomor Induk Mahasiswa : C2C607035

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN KEPEMILIKAN ASING SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

Dosen Pembimbing : Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, 10 Januari 2011

Dosen Pembimbing

(Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt.)

NIP. 19720421 200012 2001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Budi Cahyono menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan dengan Kepemilikan Asing sebagai Variabel Moderating**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau penulisan dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 10 Januari 2011
Yang membuat pernyataan,

(Budi Cahyono)
NIM. C2C607035

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Budi Cahyono
Nomor Induk Mahasiswa : C2C607035
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN KEPEMILIKAN ASING SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal : 21 Febuari 2011

Tim Penguji

1. Dr. Etna Nur A Y, M.Si., Ak (.....)
2. Dul Muid, SE.,M.Si., Ak (.....)
3. H.M. Didik A.,SE.,M.Si.,Ak (.....)

ABSTRACT

The purpose of this research is to test the effect of CSR disclosure on financial performance and market performance of companies with foreign ownership as a moderating variable. This study includes foreign ownership as a moderating variable because firms with foreign ownership is considered concern to CSR disclosure.

This research used Corporate Social Disclosure Index (CSDI) as a measure of CSR disclosure, based on indicators from Global Reporting Initiatives (GRI). The samples of this research are 54 public firms listed in Indonesian Stock Exchange (IDX) year 2006 until 2008.

The results of this research indicate that the disclosure of CSR does not has significant effect on Return on Equity (ROE) as a measure of financial performance and Cumulative Abnormal Return (CAR) as a measure of market performance. Foreign ownership as moderating variables can affect the relationship between CSR disclosure and corporate financial performance, but it can not affect the relationship between CSR disclosure and firm market performance.

Keywords: CSR, ROE, CAR, Foreign Ownership

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan dengan kepemilikan asing sebagai variabel moderating. Penelitian ini memasukan kepemilikan asing sebagai variabel moderating dikarenakan perusahaan dengan kepemilikan asing merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini menggunakan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) sebagai ukuran dari pengungkapan CSR, berdasarkan indikator *Global Reporting Initiatives* (GRI). Sampel penelitian ini adalah 54 perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2006 hingga 2008.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity* (ROE) sebagai ukuran kinerja keuangan dan *Cumulative Abnormal Return* (CAR) sebagai ukuran kinerja pasar. Kepemilikan asing sebagai variabel moderating dapat mempengaruhi hubungan antara pengungkapan CSR dan kinerja keuangan perusahaan, tetapi tidak dapat mempengaruhi hubungan antara pengungkapan CSR dan kinerja pasar perusahaan.

Kata Kunci : CSR, ROE, CAR, Kepemilikan Asing

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘Aalamiin. Segala puji bagi Allah SWT, atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya yang selalu tercurah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Perusahaan dengan Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Moderating*”. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Program Sarjana (S1) jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih pada :

1. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu dan segenap tenaga serta saran, kesabaran dan dukungannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Drs. Sudarno, M.Si., Akt., Ph.D selaku Ketua Jurusan Akuntansi Reguler 2 dan Dosen Wali yang selalu memberikan nasehat dan motivasi.
4. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.

5. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan doa, materi dan motivasi yang tak pernah terputus. Sungguh tanpa Bapak dan Ibu penulis ini bukanlah apa-apa, terima kasih untuk setiap cucuran keringat yang telah Bapak dan Ibu keluarkan untuk merawat saya.
6. Mbak Suci atas segala dukungan dan doanya, semoga kita bisa membahagiakan orang tua kita.
7. Kekasihku Riska Nirmala Paramita yang selalu memberikan motivasi dan menjadi teman diskusi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sesuai dengan target yang telah ditetapkan.
8. Sahabat-sahabatku Rimba a.k.a Sabun, Krisna a.k.a Alien, Akbar a.k.a Bam, Fanly a.k.a Ucil, Ade a.k.a Vokalis, Dani a.k.a Mbahe, Angga a.k.a Ngox, Fery a.k.a Bang Jay, kalian telah banyak memberikan inspirasi dan motivasi dalam hidupku, semoga kita bisa sukses dunia dan akhirat.
9. Teman-teman terbaikku “H.A.B.E.N.K bukan sekedar debit dan kredit”, Dewa, Tito, Barkah, Deni, Om Senang, Yo, Ega, Jati, Seto, Adi, Iwan, Alip, Randy, Arya, Bimo, Pungky, Citra, Dini, Wulan, Manda, Atria, Trias dkk terimakasih atas persahabatan, kekeluargaan dan kebersamaannya selama ini. Ayo semangat buat skripsinya.
10. Teman-teman akuntansi 2007, terimakasih telah menjadi bagian hidup penulis dengan tawa dan senyumnya. *Keep spirit to be success person guys.*
11. Teman-teman satu bimbingan, Meme, Dewi, Vivi, Simok, Ageng, Dema, yang saling menyemangati satu sama lain.

12. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak.

Semarang, 10 Januari 2011

Budi Cahyono

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

*“...Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan (nasib) suatu kaum,
sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri...”
(QS. Ar Ra'd : 11)*

*“Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin
kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik”
(Evelyn Underhill)*

*“Strive for victory shun defeat”
(Chelsea)*

*Karya ini kupersembahkan untuk
Kedua orang tuaku tercinta
Yang Selalu ada di dalam hati penulis
Kakakku tersayang
Yang memberikan dukungan tiada henti
Teman, Sahabat dan Kekasihku yang selalu mendukungku*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TELAAH PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	7
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i>	7
2.1.2 Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan.....	10
2.1.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	14
2.1.4 Penilaian Kinerja.....	19
2.1.5 Struktur Kepemilikan.....	20
2.1.6 Pengungkapan Informasi Sosial dan Kinerja Keuangan Perusahaan	21
2.1.7 Pengungkapan Informasi Sosial dan Kinerja Pasar Perusahaan	23
2.1.8 Kepemilikan Asing Berpengaruh terhadap Pengungkapan Informasi Sosial dan Kinerja Perusahaan	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Model Penelitian	27
2.4 Perumusan Hipotesis.....	27
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Operasionalisasi Variabel.....	32
3.1.1 Variabel Independen.....	32
3.1.2 Variabel Dependen	34
3.1.3 Variabel Pemoderasi.....	37
3.3 Prosedur Pengumpulan Data	37
3.4 Populasi dan Sampel.....	37
3.5 Metode Analisis.....	38
3.5.1 Uji Normalitas	38

3.5.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.5.3 Uji Regresi Linear Berganda	41
3.5.4 Pengujian Hipotesis	42
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
4.2 Analisis Data	46
4.2.1 Statistik Deskriptif	46
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	49
4.2.3 Koefisien Determinasi	56
4.2.4 Pengujian Simultan (Uji F)	57
4.2.5 Analisis Regresi	58
4.3 Interpretasi Hasil	59
4.3.1 Pengujian Hipotesis	59
4.3.2 Pembahasan	62
BAB 5 PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Keterbatasan Penelitian	65
5.3 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Sampel Penelitian Periode 2006-2008	46
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	47
Tabel 4.3 Data <i>Outlier</i>	49
Tabel 4.4 Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.6 Uji Park	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Durbin Watson	55
Tabel 4.8 Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.10 Hasil Estimasi Analisis Regresi Sederhana dan Berganda	59

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kategori Perusahaan Berdasarkan Profit Perusahaan dan Anggaran CSR	13
Gambar 2.2 Kategori Perusahaan Berdasarkan Tujuan CSR.....	14
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Daftar Pengungkapan Sosial (<i>Sosial Disclosure</i>).....	71
Lampiran B Nama Perusahaan dan Luas Pengungkapan CSR.....	77
Lampiran C Output SPSS	79

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Galtung & Kada (1995) dan Rich (1996) dalam Anggraini (2006) mengatakan setelah terjadinya revolusi industri di Inggris tahun 1760-1860, akuntansi mulai berkembang secara pesat. Hal ini menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Kapitalisme, yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka, tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial.

Penerapan akuntansi konvensional yang berbasis pada kapitalisme saat ini dirasa sudah tidak tepat lagi. Pemberian perhatian yang lebih kepada *stockholders* dan *bondholders* diyakini sebagai penyebab kekacauan yang terjadi. Perusahaan seharusnya memperhatikan juga peran para *stakeholders* lainnya seperti para pekerja,

komunitas lokal, pemerintah, LSM, konsumen dan lingkungan sekitar. Penyelarasan antar *stakeholders* dapat dilakukan perusahaan dengan mengembangkan program tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR). *Corporate social responsibility* merupakan klaim agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, LSM, konsumen dan lingkungan (Dahlia dan Siregar, 2008). CSR merupakan wujud aktivitas perusahaan dalam mencapai tujuannya saat ini dan jangka panjang, perusahaan harus mendasarkan keputusannya tidak semata hanya berdasarkan faktor keuangan, tetapi juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan. Berdasarkan hal tersebut, maka tanggung jawab sosial perusahaan berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan. Di Indonesia, tanggung jawab sosial perusahaan dikuatkan dengan adanya aturan IAI yang terdapat dalam PSAK No. 1 (Revisi 2009) paragraf sembilan dan UU. PT No. 40 Tahun 2007.

Dalam Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pada bab IV, bagian kedua, pasal 66 (2), poin c yang mengatur tentang laporan tahunan, disebutkan bahwa direksi harus menyampaikan laporan tahunan yang sekurang-kurangnya memuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Lebih jauh lagi, dalam Undang-undang No. 40 tahun 2007, bab V tentang Tanggung Jawab Sosial, pada pasal 74 (1), (2), (3), dan (4) disebutkan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu berupa biaya yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya

dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Apabila perusahaan tidak melakukan kewajiban tersebut maka akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial, manajer akan menghadapi dilema, selain harus memikirkan kepentingan *stakeholders*, ia juga harus tetap memikirkan kepentingan *shareholder*, yaitu tetap berorientasi pada keuntungan (Bird, 2001 dalam Sapta, 2009). Bird (2007) dalam Sapta (2009) juga menyatakan bahwa investasi yang tinggi pada tindakan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan akan mempunyai dampak positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut apabila dapat dilakukan perusahaan dengan baik maka akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan. Mirfazli dan Nurdiono (2005) menyatakan bahwa kehilangan rekanan bisnis ataupun risiko terhadap citra perusahaan (*brand risk*) akan berdampak pada kelangsungan hidup usaha yang telah berjalan. Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan adalah sebagai investasi bukan sebagai beban karena akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Selain itu, tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dengan benar juga akan memperkecil risiko terjadinya berbagai biaya sosial yang mungkin terjadi akibat kelalaian perusahaan.

Tanggung jawab sosial memiliki berbagai pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Penanaman investasi tanggung jawab sosial pada perusahaan yang berbeda, ataupun pada perusahaan yang sama pada tahun yang berbeda, akan menghasilkan keuntungan yang berbeda. Para peneliti terdahulu telah mencoba untuk mengklarifikasi kondisi struktural disaat suatu perusahaan mungkin memperoleh laba

dari tanggung jawab sosial perusahaan. Namun, Rowley dan Berman (2000) dalam Barnett (2005), menyatakan bahwa pada saat ini belum terdapat kerangka teoritis yang menjelaskan mengenai berbagai hasil yang didapat dari tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian mengenai pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja perusahaan dari waktu ke waktu semakin berkembang dan menunjukkan hasil yang baik bagi perusahaan yang menjalankannya. Balbanis,dkk (1988) meneliti mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap profitabilitas pada perusahaan yang *listing* di *London Stock Exchange*. Hasilnya menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan berkolerasi positif terhadap profitabilitas perusahaan secara keseluruhan, tetapi berkolerasi negatif terhadap kinerja pasar. Penelitian Balbanis juga didukung oleh Heal dan Garret (2004) yang mengatakan bahwa aktivitas CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang perusahaan.

Di Indonesia penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan telah dilakukan oleh Veronika dan Siregar (2008). Veronika dan Siregar (2008) mengatakan bahwa ada korelasi positif dan signifikan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan, tetapi berkolerasi negatif terhadap *cumulative abnormal return* (CAR). Veronika dan Siregar (2008) mengidentifikasi bahwa tidak tercapainya pengaruh CAR dikarenakan isu mengenai CSR merupakan hal yang relatif baru di Indonesia dan kebanyakan investor memiliki persepsi yang rendah terhadap hal tersebut.

Seiring berjalannya waktu, CSR saat ini bukan merupakan suatu hal yang baru lagi. Telah banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk menyisihkan sebagian dana mereka guna melaksanakan kegiatan CSR agar mendapatkan keuntungan perusahaan di masa yang akan datang. Hal itu mendorong peneliti untuk meneliti kembali peran pengungkapan CSR terhadap kinerja perusahaan di Indonesia.

Penelitian ini didasarkan pada penelitian Veronika dan Siregar (2008). Perbedaannya dalam penelitian ini, peneliti memasukan kepemilikan asing sebagai variabel moderating dikarenakan perusahaan dengan kepemilikan asing merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Seperti diketahui, negara-negara luar terutama Eropa dan *United State* merupakan negara-negara yang sangat memperhatikan isu-isu sosial; seperti pelanggaran hak asasi manusia, pendidikan, tenaga kerja dan isu lingkungan seperti, efek rumah kaca, pembalakan liar, serta pencemaran air. Hal ini juga yang menjadikan dalam beberapa tahun terakhir ini, perusahaan multinasional mulai mengubah perilaku mereka dalam beroperasi demi menjaga legitimasi dan reputasi perusahaan (Simerly dan Li,2001;Machmud dan Djakman,2008).

1.2 Perumusan Masalah

Pertanyaan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi kinerja perusahaan?
2. Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan kinerja perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan memberikan bukti empiris mengenai :

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan.
2. Pengaruh kepemilikan asing dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan kinerja perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Dapat memberikan penjelasan kepada perusahaan mengenai hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan sehingga perusahaan tidak ragu lagi dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility* sehingga perusahaan dapat *going concern*.
2. Sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan untuk lebih meningkatkan tanggung jawab dan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Teori *Stakeholders*

Freeman dan Friedman memiliki pandangan yang berbeda mengenai definisi *stakeholders* (Ghozali dan Chairiri, 2007). Menurut Friedman (1962) dalam Ghozali dan Chairiri (2007) menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran pemiliknya, sedangkan Freeman (1983) memperluas definisi *stakeholders* dengan memasukan konstituen yang lebih banyak, termasuk kelompok yang tidak menguntungkan (*adversial-group*) seperti pihak yang memiliki kepentingan tertentu dan regulator (Ghozali dan Chairiri, 2007). Freeman (1983) dalam Ghozali dan Chairiri (2007) juga mengelompokan *stakeholders* menjadi dua yaitu *stakeholders* primer dan *stakeholders* sekunder. *Stakeholders* primer merupakan *stakeholders* yang mempengaruhi dan dipengaruhi secara langsung oleh strategi dari perusahaan. Kelompok ini berisikan *shareholder*, pemilik, investor, karyawan maupun *customer*. Sedangkan *stakeholders* sekunder adalah *stakeholders* yang mempengaruhi maupun dipengaruhi secara tidak langsung oleh strategi perusahaan seperti pemerintah, masyarakat umum, serta lingkungan.

Dalam kesehariannya perusahaan cenderung aktif untuk mengutamakan kepentingan dari sebagian kecil *stakeholder*, yaitu kepentingan *shareholder* sehingga kepentingan dari *stakeholder* lainnya terabaikan. Friedman (Ghozali dan Chairiri,

2007) menulis artikel di *New York Times Magazine* yang mengklaim tentang perusahaan-perusahaan itu hanya berpikir bagaimana memperoleh keuntungan sedangkan masalah lainnya seperti halnya peningkatan kemakmuran masyarakat itu lebih baik diserahkan kepada pemerintah saja. Hal ini memunculkan gagasan yang dinamakan *stakeholder theory*. *Stakeholders theory* adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholders*-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholders* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chairiri, 2007).

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu *power stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya *power* yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut (Ghozali dan Chairiri, 2007). *Power* tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Deegan, 2000 dalam Ghozali dan Chairiri, 2007). Oleh karena itu, “ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan beraksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*” (Ullman 1982, hal.552 dalam Ghozali dan Chairiri, 2007).

Perusahaan dalam mengikat seluruh *stakeholder* bukanlah suatu perkara yang mudah. Setiap *stakeholder* memiliki harapan yang berbeda-beda dari hubungan mereka dengan perusahaan. Kecil kemungkinan bagi perusahaan untuk mengetahui secara terperinci apa saja keinginan dari *stakeholder* mereka (Philips, 2004). Namun, manajer dapat mencoba melakukan *interview* sebanyak mungkin dengan para *stakeholder* untuk bisa mendapatkan gambaran dari apa yang sebenarnya diinginkan oleh para *stakeholder* mereka. Dengan mengetahui apa yang diinginkan *stakeholder*, maka manajer dapat merumuskan suatu strategi korporat yang fleksibel yang tidak hanya bisa mengakomodasi seluruh kepentingan *stakeholder*, tetapi juga tetap *strict* terhadap tujuan akhir perusahaan yang ingin dicapai sehingga kinerja perusahaan dapat ditingkatkan. Salah satu perwujudan strategi korporat ini adalah pelaksanaan program CSR serta mengungkapkannya dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan ini penting dilakukan karena investor sebagai bagian dari *stakeholder* perlu mengevaluasi sejauh mana perusahaan telah melaksanakan perannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*.

Apabila CSR dilakukan dengan baik maka kinerja perusahaan pun akan meningkat. Hal ini disebabkan karena para *stakeholder* telah percaya terhadap perusahaan yang menjalankan CSR, bahwa perusahaan yang menjalankan CSR merupakan perusahaan yang peduli akan masalah lingkungan dan sosial yang ada sehingga nantinya para *stakeholder* akan memberikan dukungan penuh atas segala tindakan yang dilakukan perusahaan selama tidak melanggar hukum.

2.1.2 Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006). Menurut International Standar ISO 26000 (2010) CSR adalah tanggung jawab suatu organisasi sebagai dampak dari suatu keputusan dan kegiatan kemasyarakatan dan lingkungan, melalui perilaku transparan dan etis yang memberikan kontribusi untuk pembangunan berkelanjutan, kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; memperhitungkan harapan para pemangku kepentingan; sesuai dengan hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional perilaku dan terintegrasi di seluruh organisasi dan dipraktekkan dalam suatu hubungan.

Berdasarkan definisi tersebut, maka ide dasar tanggung jawab perusahaan adalah bahwa perusahaan memiliki komitmen untuk memenuhi keinginan *stakeholders* yang lebih luas (Clarkson, 1995; Waddock,dkk. 2002 dalam Inawesnia, 2008). Fokus perusahaan saat ini tidak lagi pada kinerja keuangan saja, tetapi telah meluas pada kinerja non-keuangan dengan lebih bertanggung jawab kepada masyarakat luas.

Kesadaran tentang pentingnya CSR menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan

prinsip-prinsip hak asasi manusia (Sulistyo, 2008). Oleh karenanya saat ini banyak perusahaan melakukan aktivitas CSR dan mengungkapkannya di dalam laporan keuangan agar para pihak-pihak terkait dapat menilai sejauh mana perusahaan tersebut melakukan tanggung jawab lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja lingkungan dan sosial perusahaan semakin baik pula anggapan seorang konsumen dan masyarakat akan perusahaan tersebut. Hal ini akan menciptakan suatu keuntungan jangka panjang bagi perusahaan.

Erwansyah (2009) mengatakan ada beberapa manfaat CSR bagi perusahaan antara lain: (1) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan; (2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial; (3) Mereduksi risiko bisnis perusahaan; (4) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan; (5) Membuka pasar yang lebih luas; (6) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah; (7) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders* dan regulator; (8) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan; (9) Peluang mendapatkan penghargaan. Dalam jangka panjang, CSR akan menjadi suatu aset strategis dan kompetitif bagi korporasi ditengah iklim bisnis yang menuntut praktik-praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab.

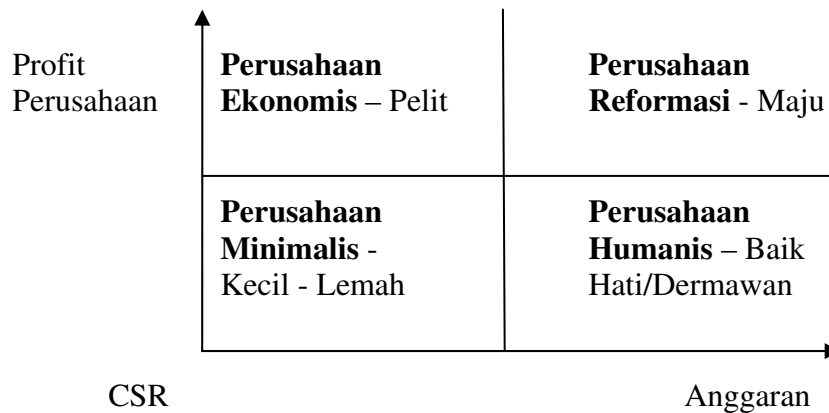
Dalam pelaksanaan CSR, perusahaan dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Meskipun cenderung menyederhanakan realitas, tripologi ini menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan CSR. Pengkategorian dapat memotivasi perusahaan dalam mengembangkan CSR dan dapat

dijadikan cermin dan *guideline* untuk menentukan model CSR yang tepat (Suhartono,2007).

Dengan menggunakan dua pendekatan, sedikitnya ada delapan kategori pembahasan. Perusahaan ideal memiliki kategori reformis dan progresif. Tentu saja dalam kenyataannya, kategori ini bisa saja saling bertautan.

1. Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR.
 - Perusahaan Minimalis. Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang rendah. Perusahaan kecil dan lemah biasanya memiliki kategori ini.
 - Perusahaan Ekonomis. Perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi tetapi anggaran CSR-nya rendah. Perusahaan yang termasuk kategori ini adalah perusahaan besar tetapi pelit.
 - Perusahaan Humanis. Meskipun profit perusahaan rendah, proporsi anggaran CSR-nya relatif tinggi. Perusahaan pada kategori ini disebut perusahaan dermawan atau baik hati.
 - Perusahaan Reformis. Perusahaan ini memiliki profit dan anggaran CSR yang tinggi. Perusahaan yang seperti ini memandang CSR bukan sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk lebih maju (Gambar 2.1).
2. Berdasarkan tujuan CSR : apakah untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat:
 - Perusahaan Pasif. Perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan jelas, bukan untuk promosi, bukan pula untuk pemberdayaan, sekedar melakukan kegiatan karitatif. Perusahaan seperti ini melihat promosi dan CSR sebagai hal yang kurang bermanfaat bagi perusahaan.

- Perusahaan Impresif. CSR lebih diutamakan untuk promosi daripada untuk pemberdayaan. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan “tebar pesona” daripada “tebar karya”.
- Perusahaan Agresif. CSR lebih ditujukan untuk pemberdayaan daripada promosi. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan karya nyata daripada tebar pesona.
- Perusahaan Progresif. Perusahaan menerapkan CSR untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan CSR dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu sama lain bagi kemajuan perusahaan (Gambar 2.2).



Sumber : Suhartono (2007)

Gambar 2.1
Kategori Perusahaan Berdasarkan Profit Perusahaan dan Anggaran CSR.



Sumber : Suhartono (2007)

Gambar 2.2
Kategori Perusahaan Berdasarkan Tujuan CSR

2.1.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Martin Freedman dalam Henny dan Murtanto (2001) dalam Kuntari dan Sulistyani (2007), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu :

1. Pemeriksaan Sosial (*Social Audit*)

Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi-operasi perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial, lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.

2. Laporan Sosial (*Social Report*)

Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademis dan praktisioner. Pendekatan-pendekatan yang dapat dipakai oleh perusahaan untuk melaporkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosialnya ini dirangkum oleh Dilley dan Weygandt menjadi empat kelompok sebagai berikut (Henry dan Murtanto, 2001):

a. *Inventory Approach*

Perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komperhensif dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.

b. *Cost Approach*

Perusahaan membuat daftar aktivitas-aktivitas sosial perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing-masing aktivitas tersebut.

c. *Program Management Approach*

Perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosial tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan itu.

d. *Cost Benefit Approach*

Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah adanya kesulitan dalam mengukur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan oleh perusahaan terhadap masyarakat.

3. Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan (*Disclosure In Annual Report*)

Pengungkapan sosial dalam pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim, prospektus, pengumuman kepada bursa efek atau melalui media masa.

Perusahaan cenderung untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut (Gray,dkk dalam Devina,dkk,2004) menyebutkan ada tiga studi, yaitu :

a. *Decision Usefulness Studies*

Balkaoui (1989) dalam Anggraini (2006) mengemukakan bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan keuangan. Sebagian dari studi-studi yang dilakukan oleh para peneliti yang mengemukakan pendapat ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan. Para analis, *banker* dan pihak lain yang dilibatkan dalam penelitian tersebut diminta untuk melakukan pemeringkatan terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada

informasi akuntansi tradisional yang telah dinilai selama ini, tetapi juga informasi yang lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi. Mereka menempatkan informasi aktivitas sosial perusahaan pada posisi yang *moderately important*.

b. *Economic Theory Studies*

Studi ini menggunakan *agency theory* dimana menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Lazimnya, prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau tradisional *users* lain. Namun, pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik.

c. *Social and Political Theory Studies*

Studi di bidang ini menggunakan teori *stakeholder*, teori legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*.

Pengungkapan kinerja sosial pada laporan tahunan perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Adapun alasan-alasan perusahaan untuk mengungkapkan kinerja sosial secara tidak sukarela (Henderson and Person, 1998: 894-895 dalam Kuntari dan Sulistyani, 2007) antara lain :

a. *Internal decision making*

Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektifitas dari informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Data harus tersedia agar biaya dari pengungkapan tersebut dapat diperbandingkan dengan manfaatnya bagi perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur, tetapi analisis secara sederhana lebih baik dari pada tidak sama sekali.

b. *Product differentiation*

Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya dan manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan yang tidak bertanggung jawab akan terlihat lebih sukses dibandingkan perusahaan yang bertanggung jawab. Hal ini mendorong perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengungkapkan informasi tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan mereka dari perusahaan lain.

c. *Enlightened self interest*

Perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para *stakeholder* yang terdiri dari *stockholder*, kreditur, karyawan, pemasok, pelanggan, pemerintah dan masyarakat karena mereka dapat mempengaruhi penjualan dan harga saham perusahaan.

2.1.4 Penilaian Kinerja

Mulyadi (2001) Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil dari berbagai ukuran yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Untuk mengetahui kinerja yang dicapai maka dilakukan penilaian kinerja. Penilaian kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

Standar perilaku dapat berupa kebijakan manajemen atau rencana formal yang dituangkan dalam anggaran. Lebih lanjut, menurut Mulyadi (2001) tujuan pokok penilaian kinerja adalah untuk memotivasi karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya, agar menghasilkan tindakan dan hasil yang diinginkan. Penilaian kinerja juga digunakan untuk menekan perilaku yang tidak semestinya dan untuk merangsang dan menegakan perilaku yang semestinya diinginkan melalui umpan balik hasil kinerja pada waktunya serta penghargaan, baik yang bersifat intrinsik maupun ekstrinsik.

Penelitian ini menggunakan dua ukuran kinerja yaitu :

- a. Kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan profitabilitas perusahaan

Profitabilitas atau keuntungan perusahaan merupakan hasil dari kebijaksanaan dan keputusan yang dibuat oleh manajemen. Profitabilitas dapat diukur melalui rasio profitabilitas yang akan menunjukkan seberapa

efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan pada perusahaan (Harianto dan Sudomo, 1998)

. Menurut Ang (1997), rasio profitabilitas dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu : 1) *Gross Profit Margin* (GPM), 2) *Net Profit Margin* (NPM), 3) *Operating Return on Asset* (OPROA), 4) *Return on Sales* (ROS), 5) *Return on Equity* (ROE) dan 6) *Operating Ratio* (OPR).

b. Kinerja pasar perusahaan yang diukur dengan *return*

Dalam melakukan investasi, para investor bertujuan untuk memaksimalkan *return* tanpa melupakan faktor risiko investasi yang harus dihadapinya. *Return* merupakan salah satu faktor yang memotivasi investor berinvestasi dan juga merupakan imbalan atas keberanian investor menanggung risiko dan investasi yang dilakukan. *Return* sebagai hasil pengembalian dari investasi dapat berupa pengembalian kas dan/atau kenaikan nilai investasi. Pada investasi saham di pasar modal, para investor akan memperoleh *yield* dan *capital gain (loss)*. *Yield* dalam hal ini berupa deviden yang diperoleh, sedangkan *capital gain (loss)* berupa kenaikan (penurunan) harga saham yang mencerminkan kenaikan nilai investasi (Tandelilin, 2001).

2.1.5 Struktur Kepemilikan

Pada perusahaan modern, kepemilikan biasanya menyebar. Kegiatan operasi perusahaan sehari-hari dijalankan oleh manajer yang tidak mempunyai saham

kepemilikan besar. Sedangkan para pemilik saham besar hanya mengontrol kegiatan yang dilakukan perusahaan.

Struktur kepemilikan sangat penting dalam menentukan kinerja perusahaan yang nantinya akan mempengaruhi nilai perusahaan. Dua aspek yang perlu dipertimbangkan dalam kepemilikan adalah (1) konsentrasi kepemilikan oleh pihak luar (*outsider ownership concentration*) dan (2) kepemilikan perusahaan oleh manajer (*manager ownership*).

2.1.6 Pengungkapan Informasi Sosial dan Kinerja Keuangan Perusahaan

Monika dan Hartanti (2008) menjelaskan bahwa secara konseptual ada tiga kemungkinan pengungkapan informasi sosial dengan kinerja keuangan perusahaan: positif, netral, dan negatif. Pihak yang berpandangan negatif menyatakan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial yang tinggi membuat ada biaya tambahan yang menempatkan perusahaan dalam keadaan ekonomi yang tidak menguntungkan dibandingkan perusahaan lain yang kurang bertanggung jawab secara sosial (Aupperle,dkk,1985; McGuire,dkk, 1988; Ulmann,1985; Vance,1975 dalam Monika dan Hartanti, 2008)

Beberapa hasil penelitian empiris menemukan bahwa tidak ada hubungan antara pengungkapan informasi sosial dengan kinerja keuangan (netral). Pihak-pihak yang menghasilkan pandangan ini menyatakan tidak ada pengaruh antara pengungkapan informasi sosial dan kinerja keuangan perusahaan (Monika dan Hartanti, 2008).

Di sisi lain, pihak yang berpendapat bahwa pengungkapan informasi sosial akan berpengaruh positif pada perusahaan juga memiliki argumen kuat. Menurut

mereka, dengan pengungkapan informasi sosial dengan dilandasi kinerja sosial yang baik akan meningkatkan *goodwill* karyawan dan konsumen (Solomon dan Hansen, 1985; dalam Monika dan Hartanti, 2008), sehingga perusahaan akan lebih sedikit menghadapi masalah dengan tenaga kerja dan konsumen akan lebih setia kepada perusahaan yang peduli akan masalah sosial dan lingkungan. Pengungkapan informasi sosial juga dapat memberikan gambaran yang nyata akan kepedulian perusahaan terhadap kondisi lingkungan dan sosial yang ada di sekitar perusahaan, sehingga dapat menimbulkan rasa simpati konstituen (bank, investor dan pemerintah) terhadap perusahaan. Hal ini dapat mempererat hubungan antara perusahaan dengan konstituen (bank, investor dan pemerintah) yang nantinya akan memberikan keuntungan ekonomi pada perusahaan (Moussavi dan Evans, 1986; dalam Monika dan Hartanti, 2008).

Karena selalu menjadi perdebatan, maka banyak sekali pihak yang berusaha mencari pemecahannya dengan melakukan penelitian empiris. Menurut Margolis dan Walsh (2003) antara tahun 1972 sampai 2002, ada 127 publikasi studi empiris yang meneliti mengenai hubungan antara perilaku tanggung jawab sosial perusahaan dengan kinerja keuangan. Kompilasi sederhana dari penelitian-penelitian tersebut menjelaskan bahwa ada hubungan positif, dan hanya sedikit yang bisa membuktikan adanya hubungan negatif antara perilaku tanggung jawab sosial perusahaan dengan kinerja ekonomi perusahaan (Margolis dan Walsh, 2003).

Studi yang dilakukan Orlitzky, dkk (2003) dalam Monika dan Hartanti (2008) mengenai penelitian terhadap 52 penelitian yang berhubungan mengenai pengaruh kinerja sosial terhadap kinerja keuangan perusahaan, menunjukkan kesimpulan yang

sama dengan penelitian yang dilakukan Margolis dan Walsh (2003). Jadi dapat dikatakan bahwa kinerja sosial dan pengungkapannya berkontribusi terhadap kinerja ekonomi perusahaan.

2.1.7 Pengungkapan Informasi Sosial dan Kinerja Pasar Perusahaan

Bodie dkk (2002) dalam Junaedi (2005) mengatakan dalam melakukan investasi di pasar modal, baik dalam bentuk saham, obligasi, maupun dalam bentuk investasi lainnya, investor yang rasional umumnya melakukan serangkaian analisis tentang investasi yang akan dilakukannya. Khusus untuk investasi dalam saham, biasanya investor akan melakukan analisis fundamental dan teknikal. Analisis fundamental menggunakan informasi yang berasal dari pergerakan *earnings*, prospek dividen, tingkat suku bunga yang diharapkan serta evaluasi risiko perusahaan dalam menentukan harga saham. Sedangkan analisis teknikal menggunakan pola pergerakan (*trend*) harga saham dalam mengestimasi harga saham.

Laporan tahunan akan menjadi bahan rujukan bagi para investor dan calon investor dalam memutuskan apakah akan berinvestasi di dalam suatu perusahaan atau tidak. Dengan demikian, tingkat pengungkapan (*disclosure level*) yang diberikan oleh pihak manajemen perusahaan akan berdampak pada pergerakan harga saham yang pada gilirannya juga akan berdampak pada volume saham yang diperdagangkan dan *return* (Junaedi, 2005).

Secara teoritis, ada hubungan positif antara pengungkapan (termasuk pengungkapan sukarela) dan kinerja pasar perusahaan (Lang dan Lundholm, 1993). Hal ini dibuktikan oleh Almilia dan Wijayanto (2007) dalam Dahlia dan Siregar

(2008), penelitiannya menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik dari periode ke periode dan sebaliknya jika perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang buruk akan muncul keraguan dari para investor terhadap perusahaan tersebut dan direspon negatif dengan fluktuasi harga saham perusahaan di pasar yang semakin menurun dari tahun ke tahun. Jadi, pengungkapan aktivitas sosial dalam laporan keuangan perusahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan.

2.1.8 Kepemilikan Asing Berpengaruh terhadap Pengungkapan Informasi Sosial dan Kinerja Perusahaan

Perusahaan multinasional atau dengan kepemilikan asing utamanya melihat keuntungan yang akan didapat berasal dari para *stakeholder*-nya, secara tipikal berdasarkan atas *home market* (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang (Suchman, 1995 dalam Barkemeyer, 2007). Dalam mencapai tujuan tersebut, perusahaan multinasional haruslah menjalin hubungan baik dengan para *stakeholder*. Perusahaan multinasional yang dimiliki oleh pengusaha Eropa dan *United State* diyakini dapat menjalin hubungan yang lebih baik dengan para *stakeholder* yang ada. Hal ini disebabkan pengusaha yang berasal dari benua paling maju ini mengenal betul cara menjaga legitimasi dan reputasi perusahaan.

Untuk menjaga legitimasi dan reputasi perusahaan, perusahaan multinasional mengungkapkan tanggung jawab sosial sebagai kepedulian mereka terhadap para

stakeholder yang ada. Pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan multinasional terutama perusahaan Eropa dan *United State* sangat mengedepankan isu-isu sosial; seperti hak asasi manusia , pendidikan, tenaga kerja dan isu lingkungan (Machmud dan Djakman, 2008). Tanimoto dan Suzuki (2005) meneliti mengenai luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan publik yang dimiliki oleh pihak asing di Jepang. Hasilnya kepemilikan asing di perusahaan publik di Jepang menjadi pendorong perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial sesuai dengan GRI. Dengan demikian perusahaan multinasional dalam mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan lebih baik dibanding perusahaan nasional.

Dengan pengungkapan informasi mengenai tanggung jawab sosial yang baik akan memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan nantinya akan meningkat apabila perusahaan dapat mengungkapkan tanggung jawab sosial mereka dengan baik. Pengungkapan CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan (Heal dan Garret, 2004). Jadi kepemilikan asing memiliki peran dalam hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial dengan kinerja perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Balbanis,dkk (1998) meneliti mengenai hubungan CSR dan kinerja ekonomi di beberapa perusahaan Inggris, dalam penelitiannya Balbanis mengatakan bahwa

pengungkapan tanggung jawab sosial mempunyai hubungan positif dengan kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan *Gross Profit to Sales Ratio* (GPS), tetapi memiliki hubungan negatif dengan *Return on Capital Employed* (ROCE). Selain itu, penelitian juga menunjukkan hasil negatif antara reaksi pasar modal terhadap kinerja keuangan perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial.

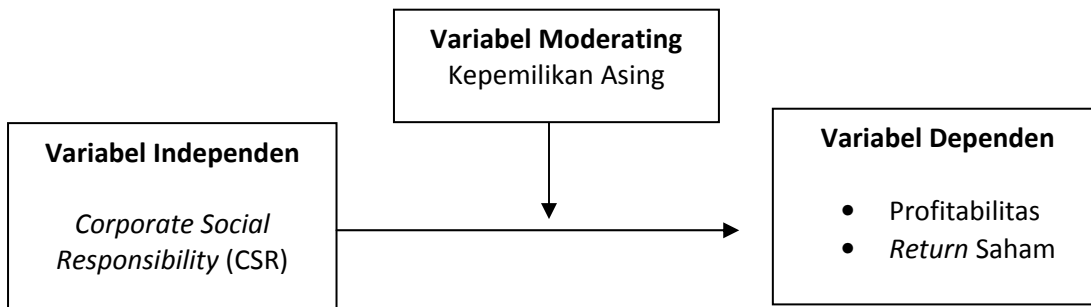
Januarti dan Apriyani (2005) meneliti mengenai pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan, dalam penelitian itu *Total Asset Turnover* (ATO) dan *Return on Asset* (ROA) menjadi variabel independen dari Biaya Kesejahteraan Karyawan dan Biaya Komunitas. Biaya kesejahteraan karyawan dan biaya komunitas mempunyai pengaruh negatif dan signifikan pada ATO, namun tidak signifikan pada ROA.

Donato,dkk (2007) meneliti mengenai CSR dan kinerja perusahaan di Italia. Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh harga saham terhadap CSR. Dalam penelitian ini harga saham pada perusahaan terbuka di Italia tidak diakibatkan oleh laporan CSR walaupun perusahaan menunjukkan perhatian besar pada isu tersebut. Hal tersebut dikarenakan CSR merupakan isu baru di Italia, kualitas pengungkapan CSR tidak mudah untuk diukur, dan sebagian besar investor memiliki pandangan jangka pendek.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Dahlia dan Siregar (2008). Dahlia dan Siregar (2008) meneliti mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan di Indonesia. Dalam penelitiannya kinerja perusahaan dibagi menjadi dua yaitu kinerja keuangan dan kinerja pasar. CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan, tetapi tidak berpengaruh positif terhadap kinerja pasar perusahaan. CSR

tidak berpengaruh positif terhadap kinerja pasar perusahaan dikarenakan (1) isu mengenai CSR merupakan hal yang relatif baru di Indonesia dan kebanyakan investor memiliki persepsi yang rendah terhadap hal tersebut, (2) kualitas pengungkapan CSR tidak mudah untuk diukur; umumnya perusahaan melakukan pengungkapan CSR hanya sebagai bagian dari iklan dan menghindari untuk memberikan informasi yang relevan, dan (3) kebanyakan investor berorientasi pada kinerja jangka pendek, sedangkan CSR dianggap berpengaruh pada kinerja jangka menengah dan jangka panjang.

2.3 Model Penelitian



2.4 Perumusan Hipotesis

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan meningkatkan kinerja perusahaan. Dalam menjalankan kinerja perusahaan saat ini perusahaan haruslah memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup, karena kinerja perusahaan yang diikuti dengan tiga hal tersebut dapat menjamin perusahaan berkembang secara berkelanjutan (*sustainable*) dan menciptakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan

ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Kinerja perusahaan sendiri dapat dilihat dari beberapa aspek salah satunya adalah tingkat profitabilitas sebagai ukuran kinerja keuangan suatu perusahaan. Dahulu tingkat profitabilitas dijadikan sebagai alat ukur keberhasilan perusahaan serta menjadi informasi penting bagi para investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Seiring dengan banyaknya pemalsuan laporan keuangan membuat profitabilitas tidak menjadi informasi tunggal dalam pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Saat ini para investor mulai melirik perusahaan-perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial serta memiliki laporan keuangan yang baik.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan berkaitan erat dengan profitabilitas perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada perusahaan-perusahaan yang menjalankan dan mengungkapkan aktivitas CSR. Perusahaan-perusahaan yang dapat menjalankan dan mengungkapkan aktivitas CSR dengan baik dapat meningkatkan reputasi serta dapat mengurangi biaya atas kemungkinan tuntutan atau protes yang akan terjadi, sehingga profitabilitas perusahaan dapat meningkat. Herremans,dkk (1993) dalam Januarti dan Apriyanti (2005) mengatakan bahwa ketaatan perusahaan pada peraturan-peraturan dan undang-undang yang berlaku serta melakukan perhatian terhadap kesejahteraan sosial akan memberikan efek yang baik bagi perusahaan, yaitu tidak adanya kontroversi yang terjadi. Pelaksanaan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dapat dikatakan sebagai suatu investasi bukan sebagai beban karena perusahaan akan mendapatkan profitabilitas di masa yang akan datang.

Balbanis,dkk (1998) dalam penelitiannya mengatakan bahwa pengungkapan CSR berkaitan positif terhadap kinerja keuangan perusahaan tetapi berhubungan

negatif dengan *return on capital employed* (ROCE). Penelitian Heal dan Garret (2004), menunjukkan bahwa aktivitas CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Finch (2005) dalam Dahlia dan Siregar (2008), dikatakan bahwa tujuan perusahaan menggunakan *sustainability reporting framework* adalah untuk mengkomunikasikan kinerja dalam mencapai keuntungan jangka panjang perusahaan kepada *stakeholders*, seperti perbaikan kinerja keuangan, kenaikan dalam *competitive advantage*, maksimisasi profit serta kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

H₁ : CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Kinerja pasar perusahaan merupakan gambaran perusahaan di mata para investor dan calon investor. Dengan melihat kinerja pasar perusahaan dapat diketahui bahwa perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang diminati oleh investor atau tidak. Perusahaan-perusahaan yang menjalankan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial memiliki pengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan. Semakin tinggi tingkat pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial oleh suatu perusahaan, semakin tinggi pula perhatian investor dan calon investor terhadap perusahaan tersebut. Perhatian investor dan calon investor yang tinggi terhadap perusahaan nantinya akan berdampak pada peningkatan kinerja pasar perusahaan. Junaedi (2005) mengatakan bahwa tingkat pengungkapan (*disclosure level*) yang diberikan oleh

pihak manajemen perusahaan dalam laporan keuangan perusahaan akan berdampak kepada pergerakan harga saham yang pada gilirannya juga akan berdampak pada volume saham yang diperdagangkan dan *return*.

Penelitian Gozali,dkk. (2000) menemukan hubungan positif antara return harga saham dengan pengungkapan informasi lingkungan. Penelitian tersebut mengemukakan bahwa perusahaan menanggapi peningkatan permintaan informasi lingkungan dari investor. Almilia dan Wijayanto (2007) dalam Dahlia dan Siregar (2008) juga mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik dari periode ke periode dan sebaliknya jika perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang buruk maka akan muncul keraguan dari para investor terhadap perusahaan tersebut dan direspon negatif dengan fluktuasi harga saham perusahaan di pasar yang semakin menurun dari tahun ke tahun.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H2: CSR berpengaruh positif terhadap *abnormal return*.

Perusahaan dengan kepemilikan asing di dalamnya lebih tanggap terhadap isu-isu sosial dan lingkungan yang berkembang saat ini. Negara-negara Eropa dan *United State* merupakan negara-negara yang sangat memperhatikan isu-isu sosial; seperti pelanggaran hak asasi manusia, pendidikan, tenaga kerja dan isu lingkungan seperti, efek rumah kaca, pembalakan liar, serta pencemaran air. Hal ini juga yang menjadikan dalam beberapa tahun terakhir ini, perusahaan multinasional mulai

mengubah perilaku mereka dalam beroperasi demi menjaga legitimasi dan reputasi perusahaan (Simerly dan Li,2001;Machmud dan Djakman,2008).

Perusahaan multinasional atau dengan kepemilikan asing utamanya melihat keuntungan yang akan didapat berasal dari para *stakeholder*-nya, secara tipikal berdasarkan atas *home market* (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang (Suchman, 1995 dalam Barkemeyer, 2007). Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu media yang dipilih perusahaan untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Perusahaan multinasional terutama perusahaan Eropa dan *United State* sangat mengedepankan isu-isu sosial dan isu lingkungan (Machmud dan Djakman, 2008). Dengan kata lain, apabila perusahaan memiliki kontrak dengan *foreign stakeholders* baik dalam *ownership* dan *trade*, maka perusahaan akan didukung secara penuh dalam pelaksanaan dan pengungkapan CSR. Sehingga pelaksanaan dan pengungkapan CSR perusahaan multinasional diyakini lebih tinggi dibanding dengan perusahaan nasional. Tanimoto dan Suzuki (2005) meneliti luas pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan pada perusahaan publik di Jepang, membuktikan bahwa kepemilikan asing pada perusahaan publik di Jepang menjadi faktor pendorong terhadap banyaknya pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan GRI. Dengan demikian, perusahaan-perusahaan yang mengungkapkan CSR dengan lebih baik akan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₃ : Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan kinerja perusahaan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional ialah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau “mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain” (Young, dikutip oleh Koentjaraningrat, 1991;23 dalam Al Ummah 2009). Penekanan pengertian definisi operasional ialah pada kata “dapat diobservasi”.

Apabila seorang peneliti melakukan suatu observasi terhadap suatu gejala atau obyek, maka peneliti lain juga dapat melakukan hal yang sama, yaitu mengidentifikasi apa yang telah didefinisikan oleh peneliti pertama. Sedangkan definisi konseptual, definisi konseptual lebih bersifat hipotetikal dan “tidak dapat diobservasi”. Karena definisi konseptual merupakan suatu konsep yang didefinisikan dengan referensi konsep yang lain. Definisi konseptual bermanfaat untuk membuat logika proses perumusan hipotesis.

3.1.1 Variabel Independen

- ***Corporate Social Responsibility (CSR)***

CSR adalah tanggung jawab suatu organisasi sebagai dampak dari suatu keputusan dan kegiatan kemasyarakatan dan lingkungan, melalui perilaku transparan dan etis yang memberikan kontribusi untuk pembangunan berkelanjutan, kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; memperhitungkan harapan para pemangku kepentingan; sesuai dengan hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional dan terintegrasi di seluruh organisasi dan dipraktekkan dalam suatu hubungan (ISO 26000, 2010). Dalam penelitian ini CSR akan dihitung dengan menggunakan *Corporate Social Disclosure Index (CSDI)*. Informasi mengenai *Corporate Social Disclosure Index (CSDI)* berdasarkan GRI yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari website www.globalreporting.org. GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai dasar *sustainability reporting*. Mengingat masih sedikitnya perusahaan di Indonesia yang melaporkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungannya dalam bentuk *sustainability reporting*, maka penelitian ini pun terbatas hanya pada data-data yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini juga agar tidak terjadi kesenjangan antara perusahaan yang sudah membuat *sustainability reporting* dengan perusahaan yang belum membuatnya. Penghitungan CSDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap *item* CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa,dkk, 2005 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk

memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSDI adalah sebagai berikut (Haniffa,dkk, 2005 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007):

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

Keterangan :

CSDIt : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : jumlah *item* untuk perusahaan j, $n_j = 79$

X_{ij} : 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan.

Dengan demikian, $0 < CSDIt < 1$

3.1.2 Variabel Dependen

- **ROE (*Return of Equity*)**

Perusahaan dituntut untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan kinerjanya agar tetap dapat bertahan dalam masa krisis maupun persaingan yang semakin ketat. Kinerja perusahaan pada akhir periode harus dievaluasi untuk mengetahui perkembangan perusahaan dan melihat kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya dalam persaingan yang seringkali juga berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang bersangkutan (Martono, 2002).

Profitabilitas merupakan salah satu alat ukur perusahaan dalam menentukan keefektifan kinerja perusahaan. Profitabilitas dapat diukur melalui kemampuan perusahaan mempertahankan deviden yang stabil serta dapat mempertahankan kenaikan kekayaan pemegang saham dalam perusahaan. Indikator profitabilitas menurut Ang (1997) dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu : 1) *Gross Profit Margin*

(GPM), 2) *Net Profit Margin* (NPM), 3) *Oppering Return on Asset* (OPROA), 4) *Return on Sales* (ROS), 5) *Return on Equity* (ROE) dan 6) *Operating Ratio* (OPR).

Penelitian ini akan menggunakan *Return on Common Equity* (ROE) sebagai alat ukur dalam menghitung profitabilitas perusahaan. *Return on Common Equity* (ROE) adalah rasio antara laba bersih dengan ekuitas pada saham biasa atau tingkat pengembalian investasi pemegang saham (*rate of return stockholder's investment*) (Panggabean, 2005). Hal tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Return on Common Equity (ROE)} = \frac{\text{Net Income Available to Common Stockholders}}{\text{Common Equity}}$$

- **CAR (*Cumulative Abnormal Return*)**

CAR adalah jumlah dari perbedaan antara *return* yang diharapkan pada saham dan *return* aktual, yang didapat dari pasar saham. CAR dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan *market-adjusted model* yang menganggap bahwa penduga yang terbaik untuk mengestimasi *return* suatu sekuritas adalah *return* indeks pasar pada saat tersebut, sehingga tidak perlu menggunakan periode estimasi untuk membentuk model estimasi, karena *return* sekuritas yang diestimasi adalah sama dengan *return* indeks pasar (Jogiyanto, 2003). Dengan demikian, *abnormal return* dalam penelitian ini dihitung dengan cara mengurangi *return* saham perusahaan dengan *return* indeks pasar pada periode yang sama (Widiastuti, 2002 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). *Abnormal return* (ARit) diperoleh melalui dua tahap. Tahap

pertama merupakan selisih dari *return* aktual (R_{it}) yang kemudian dikurangi dengan *return market* (R_{mt}) yang diperoleh dari tahap kedua.

$$R_t = \frac{IHSI_t - IHSI_{t-1}}{IHSI_{t-1}}$$

$$R_{mt} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

$$AR_{it} = R_t - R_{mt}$$

Keterangan:

AR_{it} : *Abnormal return* untuk perusahaan i pada hari ke-t.

R_{it} : *Return* harian perusahaan i pada hari ke-t.

R_m : *Return* indeks pasar pada hari ke-t.

$IHSI_t$: Indeks harga saham individual perusahaan i pada waktu t.

$IHSI_{t-1}$: Indeks harga saham individual perusahaan i pada waktu t-1.

$IHSG_t$: Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t.

$IHSG_{t-1}$: Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t-1.

$IHSG$ dapat dihitung dengan rumus :

$$(\text{Nilai Pasar} : \text{Nilai Dasar}) \times 100\%$$

Rumus untuk penyesuaian nilai dasar $IHSG$:

$$\text{ND baru} = \{(\text{Nilai Pasar Lama} + \text{Nilai Pasar Saham Baru}) / \text{Nilai Pasar lama}\} \times \text{Nilai Dasar lama.}$$

Perhitungan *CAR* (*cumulative abnormal return*) untuk masing-masing perusahaan

merupakan akumulasi dari rata-rata *abnormal return* selama periode 12 bulan (satu tahun) yang berakhir pada tanggal 31 Desember, dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$CAR_{it} = \sum_{a=t-3}^t AR_{i,a}$$

CAR_{it} = *Cumulative Abnormal Return*

3.1.3 Variabel Pemoderasi

- **Kepemilikan Asing**

Kepemilikan asing menjadi variabel moderating dalam penelitian ini. Variable moderating sendiri didefinisikan sebagai variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variabel dependen. Kepemilikan asing sendiri diharapkan dapat mempengaruhi hubungan antara CSR dengan kinerja perusahaan. Kepemilikan asing dalam penelitian ini diukur menggunakan presentase pemilikan saham asing. Perusahaan yang memiliki kepemilikan asing >5% akan dimasukkan ke dalam sampel (Machmud dan Djakman, 2008). Presentase kepemilikan asing dapat dilihat dalam laporan tahunan perusahaan.

3.3 Prosedur Pengumpulan Data

Data-data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari Pusat Referensi Pasar Modal (PRPM) Bursa Efek Indonesia, terutama untuk data laporan keuangan dan *annual report* perusahaan sampel pada tahun 2007 hingga 2008, juga *Website* BEI (www.idx.co.id).

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur. Penggunaan perusahaan manufaktur sebagai populasi dikarenakan perusahaan manufaktur dalam menjalankan usahanya bersinggungan langsung terhadap faktor lingkungan dan sosial oleh karenanya perusahaan manufaktur dinilai peneliti sebagai perusahaan yang lebih bertanggung jawab terhadap faktor lingkungan dan sosial dibandingkan perusahaan-perusahaan lainnya.

Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive judgement sampling*, yaitu tipe pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel penelitian ini adalah: sampel merupakan perusahaan publik yang tercatat di BEI pada tahun 2006 hingga 2008, dimana laporan tahunan atau dokumen lain perusahaan sampel tersedia secara lengkap, baik secara fisik maupun melalui *website*.

3.5 Metode Analisis

3.5.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang dibentuk dari variabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal, (Gujarati, 2003). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

H₀ : Data residual terdistribusi normal.

H_A : Data residual tidak terdistribusi normal.

Apabila nilai signifikansi uji K-S bernilai signifikan maka H₀ ditolak yang berarti data residual tidak terdistribusi secara normal, tetapi jika nilai signifikansi uji K-S bernilai tidak signifikan maka H₀ diterima yang berarti data residual terdistribusi secara normal (Ghozali, 2006).

3.5.2. Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Jika variabel bebas saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar variabel sesama variabel bebas sama dengan nol, untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- Nilai R² yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi tetapi secara individual variabel-variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
- Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas.
- Multikolinearitas dapat juga dilihat dari (1) nilai toleransi dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh

variabel bebas lainnya. Sebuah model dinyatakan bebas dari masalah multikolinearitas apabila nilai VIF kurang dari 10, Ghazali (2006).

3.5.2.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $(t-1)$. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi yang lain. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, salah satunya adalah dengan uji Durbin- Watson (DW test). Uji Durbin Watson banyak digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya intersep dalam model regresi dan tidak ada autokorelasi lagi diantara variabel bebas, yang ditunjukkan dengan nilai D-W ada diantara nilai 2 dan 4-du.

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas. Ada beberapa cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, yaitu:

1. Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual yang telah di-*studentized*.
2. Uji Park. Park mengemukakan bahwa variance (s^2) merupakan fungsi dari variabel-variabel bebas.

3.5.3 Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel - variabel independen terhadap variabel dependen. Model yang dikembangkan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Model Pertama

$$ROE_{it+1} = \alpha + \beta_1 CSDI_{it} + \beta_2 ASING_{it} + \beta_3 CSDI_{it} \times ASING_{it} + e$$

Model Kedua

$$CAR_{it} = \alpha + \beta_1 CSDI_{it} + \beta_2 ASING_{it} + \beta_3 CSDI_{it} \times ASING_{it} + e$$

Keterangan:

ROE : *Return on Equity*

CAR : *Cumulative Abnormal Return*

ASING : presentase kepemilikan asing (>5%)

CSDI : *Corporate Social Disclosure Index* berdasarkan indikator GRI

$\beta_0 - \beta_3$: Koefisien Regresi

e_{it} : *error term*

$i : 1, 2, \dots, N$ $t : 1, 2, \dots, T$

N: banyaknya observasi dan T: banyaknya waktu

3.5.4 Pengujian Hipotesis

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel yang diketahui (Gujarati, 2003).

Menurut Ghozali (2006) ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit*-nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

a. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan *fit*. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka model regresi tidak *fit* (hipotesis ditolak).
2. Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, maka model regresi *fit* (hipotesis diterima).

Uji F dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi F pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Jika nilai signifikansi lebih besar dari α maka hipotesis ditolak, yang berarti model regresi tidak *fit*. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari α maka hipotesis diterima, yang berarti bahwa model regresi *fit*.

c. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

1. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).
2. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).

Uji t dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Jika nilai signifikansi lebih besar dari α maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), yang berarti secara individual variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari α maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), berarti secara individual variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.