

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL*  
*RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA  
PERUSAHAAN**



**SKRIPSI**

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

Disusun :

**DANU CANDRA INDRAWAN**

**NIM. C2C605173**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG 2011**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Danu Candra Indrawan  
Nomor Induk Mahasiswa : C2C605173  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Akuntansi

Judul Skripsi : ***PENGARUH CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY TERHADAP  
KINERJA PERUSAHAAN***

Dosen Pembimbing : Hj. Siti Mutmainah, SE., MSi, Akt.

Semarang, 24 Januari 2011

Dosen Pembimbing

(Hj. Siti Mutmainah, SE., MSi, Akt.)

NIP. 19730803 200012 2001

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Mahasiswa : Danu Candra Indrawan  
Nomor Induk Mahasiswa : C2C605173  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN**

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 21 Februari 2011**

Tim Penguji

1. Hj. Siti Mutmainah, SE., M.Si, Akt. ( ..... )
2. Prof . Drs. H. Arifin S, M.Com (hons), Ph.D ( ..... )
3. Shiddiq Nur R, SE., M.Si, Akt. ( ..... )

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Danu Candra Indrawan, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan**, 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 pemikiran 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 penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja 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, 24 Januari 2011

Yang Membuat Pernyataan,

(Danu Candra Indrawan)

NIM. C2C605173

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

*Kita bisa bukan karena kita pandai, namun kita bisa karena kita biasa melakukannya” (Leo Triandana Arizona)*

*Kegagalan biasanya merupakan langkah awal menuju sukses, tapi sukses itu sendiri sesungguhnya baru merupakan jalan tak berketentuan menuju puncak sukses” (Lambert Jeffries)*

*“Mimpi masa kini adalah kenyataan hari esok”*

*“Pendidikan bukanlah sesuatu yang diperoleh seseorang.  
Tapi pendidikan adalah sebuah proses seumur hidup” (Gloria Steinem)*

*“Buku itu adalah gudangnya ilmu dan jendela dunia”*

### **SKRIPSI INI KUPERSEMBAHAN UNTUK :**

- Kedua Orang Tuaku yang Tercinta  
khususnya untuk alm. bapakku  
*“Ya ALLAH ampunilah aku, ibu bapakku  
dan kasihilah mereka keduanya,  
sebagaimana mereka berdua telah  
mendidik aku sewaktu kecil.”*
- Kedua Kakakku Tersayang
- Keluarga, sahabat dan teman-teman

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to investigate how the influence of corporate social responsibility towards the company's financial performance and market performance companies. Corporate social responsibility is company's activities in achieving a balance or integrations between the economic, social, and environment development without compromising the expectations of shareholder (obtain profit). In this research, company's financial performance measured by ROE (return on equity) and company's market performance measured by CAR (cumulative abnormal return).*

*The samples used in this study are all manufacturing companies listing in 2007 and published the annual report in 2007 on the website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) by using method of purposive judgement sampling. There are 31 companies that meet the criteria of the study sample. The analysis method used is multiple regressions. Data collection method used in this research is a method of documentation and literature study method.*

*Based on test results, the first hypothesis found that the variable of corporate social responsibility and leverage control variables, significant positive effect on corporate financial performance (ROE), and control variables firm size (size) significant negative effect on corporate financial performance, but variable growth opportunities (growth) is not significant negative effect on the financial performance of the company. While the second hypothesis found that corporate social responsibility variables and control variables security risk (beta) is not significant positive effect on market performance (CAR), and three other control variables (leverage, size, and growth) is not significant negative effect on market performance, but the unexpected earnings variable has a significant positive market performance.*

**Keywords:** *corporate social responsibility, return on equity, cumulative abnormal return, leverage, growth opportunities (growth), firm size (size), security risk (beta), unexpected earnings*

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan dan kinerja pasar perusahaan. *Corporate Social Responsibility* merupakan aktivitas perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi antara aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial tanpa mengesampingkan ekspektasi para pemegang saham (menghasilkan profit). Dalam penelitian ini, kinerja keuangan perusahaan diukur dengan menggunakan ROE (*return on equity*) dan kinerja pasar perusahaan diukur dengan menggunakan CAR (*cumulative abnormal return*).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang *listing* pada tahun 2007 dan menerbitkan *annual report* pada tahun 2007 di website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dengan menggunakan metode *purposive judgement sampling*. Terdapat 31 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi berganda. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi dan metode studi pustaka.

Berdasarkan hasil pengujian, pada hipotesis pertama ditemukan bahwa variabel *corporate social responsibility* dan variabel kontrol *leverage*, berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE), dan variabel kontrol ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, akan tetapi variabel kesempatan pertumbuhan (*growth*) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan pada hipotesis kedua ditemukan bahwa variabel *corporate social responsibility* dan variabel kontrol risiko sekuritas (*beta*) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja pasar (CAR), dan tiga variabel kontrol lainnya (*leverage*, *size*, dan *growth*) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja pasar, akan tetapi variabel *unexpected earnings* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar.

Kata Kunci: *corporate social responsibility*, *return on equity*, *cumulative abnormal return*, *leverage*, kesempatan pertumbuhan (*growth*), ukuran perusahaan (*size*), risiko sekuritas (*beta*), *unexpected earnings*.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah robbil 'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah S.W.T. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi dengan judul **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN”** dapat diselesaikan oleh penulis. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi, Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari tanpa bantuan, bimbingan, saran dan fasilitas dari berbagai pihak penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Drs. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
2. Ibu Hj. Siti Mutmainah, S.E., M.Si., Akt, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu luangnya, saran, bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Moh. Didik Ardiyanto, S.E., M.Si., Akt, selaku Dosen Wali yang selalu memberi dorongan dan masukannya.
4. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Orang Tuaku Tercinta, Tri Tjahjono.S BSc. (Alm) dan Sri Indarti atas segenap kasih sayang, semangat, dorongan moral dan doa restunya.
6. Kedua kakakku Tersayang: Mas Danny dan Mbak Dessy, atas bantuan, dukungan, semangat dan doanya.



7. Mas Feri, Mbak Novi, Mbak Pretty, Mas Jo, Mas Aziz, Pakde Joko, Pakde Joni, Pakde Yanto dan Om Rus, atas segala bantuannya baik moril maupun materiil, semangat, dan doanya.
8. Seluruh keluarga besar Kendal dan keluarga besar Semarang yang senantiasa memberikan semangat dan doanya.
9. Sahabat-sahabatku: Harris, Ferdi, Hendra, Eko, Cahya, Desi, Adit dan Resti. Makasih atas semangat, kebersamaan, dan doanya selama penyusunan skripsi.
10. Teman-temanku: Taufik, Habib, Otox, Septian, dan Fauzan. Makasih atas doanya.
11. Teman-teman *Cut off*. Makasih atas kebersamaannya, semangat, dukungan dan doanya. Kompak Selalu.
12. Teman-teman Akuntansi Reguler II kelas A angkatan 2005.
13. Seluruh teman-teman Jurusan Akuntansi Angkatan 2005
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Terima kasih atas semuanya.

Dan akhirnya semoga skripsi ini dapat berguna serta dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 24 Januari 2011

Penulis

Danu Candra Indrawan

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penelitian .....	8
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 <i>Stakeholder Theory</i> .....	10
2.1.2 <i>Signalling Theory</i> .....	12
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	16
2.1.3.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	16
2.1.3.2 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	18
2.1.4 Kinerja Perusahaan .....	21

2.1.4.1	Pengertian Kinerja Perusahaan .....	21
2.1.5	<i>ROE</i> Sebagai Pengukur Kinerja Keuangan Perusahaan..	22
2.1.6	<i>Abnormal Return</i> Sebagai Pengukur Kinerja Pasar .....	24
2.2	Penelitian Terdahulu .....	26
2.3	Kerangka Pemikiran .....	35
2.3.1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kinerja Perusahaan ( <i>ROE</i> ) .....	35
2.3.2	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kinerja Pasar ( <i>abnormal return</i> ) .....	37
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Definisi Operasional Variabel .....	40
3.1.1	Variabel Dependen .....	40
3.1.1.1	Kinerja Keuangan .....	40
3.1.1.2	Kinerja Pasar .....	40
3.1.2	Variabel Independen .....	42
3.1.3	Variabel Kontrol .....	43
3.2	Populasi dan Sampel .....	46
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	46
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	47
3.5	Metode Analisis .....	47
3.5.1	Pengujian Asumsi Klasik .....	48
3.5.2	Uji Hipotesis .....	51
3.5.2.1	Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	51
3.5.2.2	Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	52
3.5.2.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	52
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian .....	54
4.2	Statistik Deskriptif Perusahaan Sampel .....	56

4.3	Analisis Data .....	59
4.3.1	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	59
4.3.1.1	Uji Normalitas .....	59
4.3.1.2	Uji Multikolinieritas .....	61
4.3.1.3	Uji Heteroskedastisitas .....	63
4.3.2	Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	64
4.3.3	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	65
4.3.3.1	Pengujian Hipotesis Pertama .....	65
4.3.3.2	Pengujian Hipotesis Kedua .....	68
4.3.4	Persamaan Model Regresi .....	70
4.3.5	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	73
4.4	Pembahasan .....	74
4.4.1	Pembahasan Hipotesis Pertama.....	74
4.4.1.1	Pembahasan Pengaruh Aktivitas CSR (CSR <i>Disclosure</i> ) terhadap Kinerja Perusahaan ( $ROE_{t+1}$ ) .....	75
4.4.1.2	Pembahasan Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Kinerja Perusahaan ( $ROE_{t+1}$ ).....	76
4.4.1.3	Pembahasan Pengaruh Ukuran Perusahaan ( <i>SIZE</i> ) terhadap Kinerja Perusahaan ( $ROE_{t+1}$ ) .....	77
4.4.1.4	Pembahasan Pengaruh Kesempatan Pertumbuhan( <i>GROWTH</i> ) terhadap Kinerja Perusahaan ( $ROE_{t+1}$ ).....	78
4.4.2	Pembahasan Hipotesis Kedua .....	79
4.4.2.1	Pembahasan Pengaruh Aktivitas CSR (CSR <i>Disclosure</i> ) terhadap Kinerja Pasar ( <i>CAR</i> ) .....	80
4.4.2.2	Pembahasan Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Kinerja Pasar ( <i>CAR</i> ).....	82

4.4.2.3 Pembahasan Pengaruh Ukuran Perusahaan ( <i>SIZE</i> ) terhadap Kinerja Pasar ( <i>CAR</i> ) .....	82
4.4.2.4 Pembahasan Pengaruh Kesempatan Pertumbuhan ( <i>GROWTH</i> ) terhadap Kinerja Pasar ( <i>CAR</i> ).....	84
4.4.2.5 Pembahasan Pengaruh Risiko Sekuritas ( <i>BETA</i> ) terhadap Kinerja pasar ( <i>CAR</i> ) .....	85
4.4.2.6 Pembahasan Pengaruh <i>Unexpected Earning</i> ( <i>UE</i> ) terhadap Kinerja Pasar ( <i>CAR</i> ) .....	86
<b>BAB V PEMBAHASAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Implikasi Hasil Penelitian .....	89
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	89
5.4 Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 4.1	Proses Seleksi Sampel Berdasarkan Kriteria .....	52
Tabel 4.2	Nama Perusahaan dan Luas Pengungkapan Tahun 2007 .....	53
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif Variabel Dependen $ROE_{t+1}$ .....	54
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Variabel Dependen CAR.....	55
Tabel 4.5	Hasil Uji Kolmogorov Smirnov $ROE_{t+1}$ .....	58
Tabel 4.6	Hasil Uji Kolmogorov Smirnov CAR .....	59
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinieritas $ROE_{t+1}$ .....	60
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas CAR.....	60
Tabel 4.9	Uji Glejser $ROE_{t+1}$ .....	61
Tabel 4.10	Uji Glejser CAR.....	62
Tabel 4.11	Hasil Uji F $ROE_{t+1}$ .....	63
Tabel 4.12	Hasil Uji F CAR.....	63
Tabel 4.13	Hasil Uji t $ROE_{t+1}$ .....	64
Tabel 4.14	Hasil Uji t CAR .....	66
Tabel 4.15	Persamaan Regresi $ROE_{t+1}$ .....	69
Tabel 4.16	Hasil Estimasi Persamaan Regresi $ROE_{t+1}$ .....	69
Tabel 4.17	Persamaan Regresi CAR.....	70
Tabel 4.18	Hasil Estimasi Persamaan Regresi CAR .....	70
Tabel 4.19	Koefisien Determinasi $ROE_{t+1}$ .....	72
Tabel 4.20	Koefisien Determinasi CAR .....	72
Tabel 4.21	Hasil Uji t Kinerja Perusahaan ( $ROE_{t+1}$ ).....	73
Tabel 4.22	Hasil Uji t Kinerja Perusahaan (CAR).....	78

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	39

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A	Data Sampel Penelitian ..... 94
LAMPIRAN B	Data CSDI ..... 95
LAMPIRAN C	Data CAR ..... 96
LAMPIRAN D	Data $ROE_{t+1}$ ..... 97
LAMPIRAN E	Data <i>Leverage</i> ..... 98
LAMPIRAN F	Data Ukuran Perusahaan ..... 99
LAMPIRAN G	Data <i>Beta</i> ..... 100
LAMPIRAN H	Data <i>Growth</i> ..... 101
LAMPIRAN I	Data <i>Unexpected Earning</i> ..... 102
LAMPIRAN J	Daftar Pengungkapan Sosial ( <i>Social Disclosure</i> ) ..... 103
LAMPIRAN K	Hasil Analisis Regresi ( $H_1$ ) ..... 110
LAMPIRAN L	Hasil Analisis Regresi ( $H_2$ ) ..... 113



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan klaim *stakeholders* agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), konsumen, dan lingkungan (Nugroho, 2007). Oleh karena itu, suatu perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga untuk kepentingan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis. Kajian mengenai *corporate social responsibility* semakin berkembang pesat seiring banyak kasus yang terjadi dimana perusahaan tidak memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat bahkan memberikan dampak negatif atas beroperasinya perusahaan, seperti kasus PT Freeport dan PT Newmont. Hal ini pun ditegaskan Owen (2005) yang mengatakan bahwa kasus Enron di Amerika telah menyebabkan perusahaan-perusahaan lebih memberikan perhatian yang besar terhadap sustainabilitas dan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Isu-isu yang berkaitan dengan reputasi, manajemen risiko dan keunggulan kompetitif mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi sosial.

Menurut Marhun dalam Sueb (2001), apabila perusahaan tidak memperhatikan seluruh faktor yang mengelilinginya, mulai dari karyawan,

konsumen, lingkungan dan sumber daya alam sebagai satu kesatuan yang saling mendukung suatu sistem, maka tindakan itu akan mengakhiri eksistensi perusahaan itu sendiri. Kerusakan dan gangguan yang timbul dari faktor eksternal tersebut mengganggu bahkan dapat menghentikan operasi perusahaan. Citra perusahaan akan semakin baik di mata masyarakat apabila dapat menunjukkan tanggung jawab dan kepeduliannya terhadap lingkungan eksternal. Adanya fenomena di atas menyebabkan dunia bisnis mengalami pergeseran orientasi, yaitu dari *shareholders* ke *stakeholders*. Tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan untuk menjaga keharmonisan hubungan antara perusahaan dengan lingkungan sekitarnya. Berdasarkan tujuan laporan keuangan, laporan perusahaan harus pula mencerminkan informasi tersebut.

Menurut Freeman (1984) dalam Ambadar (2008), pada era terakhir ini pemahaman manajemen strategis mulai berkembang, tidak hanya sekedar menguasai pasar (pelanggan) saja, tetapi juga menguasai *stakeholder* yang menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Pendapat itu juga didukung oleh Svendsen (1998) dalam Ambadar (2008) bahwa manajemen strategis mengalami perubahan yang mencolok, dimana dahulu yang dianggap *stakeholder* adalah investor, dewan direksi, manajemen, pelanggan, pemasok dan pemerintah, kemudian berkembang menjadi lebih luas menyangkut karyawan, serikat pekerja, dan masyarakat umum.

Hasil-hasil penelitian empiris juga membuktikan bahwa *urgensi* tanggung jawab sosial perusahaan mendorong perusahaan-perusahaan khususnya di berbagai negara industri seperti Amerika dan negara-negara di Eropa mulai

melakukan pengukuran (*measurement*), pengakuan (*recognized*) dan pengungkapan (*disclosure*) hal-hal yang bersifat eksternal. Salah satu studi yang dilakukan oleh Adam dkk (1997) dalam Maksim dan Kholis (2003) menunjukkan bahwa di enam negara Eropa, yaitu Jerman, Prancis, Swiss, Inggris dan Belanda, pelaksanaan praktik pengungkapan sosial merupakan hal yang lazim dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dipertegas oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Strike dkk (2006) yang menyatakan bahwa CSR dapat menjadi sinyal positif bagi perusahaan yang mengumumkan menjalankan program CSR.

Kewajiban untuk melaksanakan CSR tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 yang menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/ berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kewajiban melaksanakan CSR juga diberlakukan bagi perusahaan yang melakukan penanaman modal di Indonesia sebagaimana diatur di dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang tertuang dalam Pasal berikut ini:

Pasal 15 berbunyi:

*Setiap penanam modal berkewajiban:*

- a. Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik;*
- b. Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan;*
- c. Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal;*
- d. Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal;*
- e. Mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.*

Pasal 17 berbunyi:

*Penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan*

*lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.*

Pasal 34 berbunyi:

*Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa:*

- a. Peringatan tertulis;*
- b. Pembatasan kegiatan usaha;*
- c. Pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; atau*
- d. Pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.*

Penerapan CSR yang pada awalnya bersifat sukarela untuk memenuhi kewajiban perusahaan yang tidak memiliki kaitan dengan strategi dan pencapaian tujuan jangka panjang, menjadi suatu kegiatan strategis yang memiliki keterkaitan dengan pencapaian tujuan perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini dikarenakan banyak sekali manfaat penerapan CSR secara benar dan konsisten. Kotler dkk (2005) menyebutkan bahwa terdapat manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dengan melaksanakan kegiatan strategis tersebut. Menurut Rahman (2009) suatu kegiatan dalam praktiknya disebut CSR apabila memiliki sejumlah unsur, yaitu *continuity and sustainability* (berkesinambungan dan berkelanjutan), *community empowerment* (pemberdayaan komunitas), dan *two ways communication* (komunikasi dua arah), sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan kegiatan CSR yang akan dilakukan.

Penerapan *corporate social responsibility* dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan, dimana para investor cenderung menanamkan modal kepada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi

tanggung jawab sosial (kegiatan CSR) sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan (Zuhroh dan Sukmawati, 2003). Eipstein dan Freedman (1994) menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga manajemen perusahaan saat ini tidak hanya dituntut terbatas atas pengelolaan dana yang diberikan, namun juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan alam dan sosial.

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba untuk mengungkapkan aktivitas CSR dalam pengungkapan sosial perusahaan berpengaruh secara positif dengan kinerja perusahaan. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Balabanis dkk (1988) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang *listing* di *London Stock Exchange* berkorelasi positif dengan profitabilitas secara keseluruhan. Dahlia dan Siregar (2008) menunjukkan hubungan positif *corporate social responsibility* dan kinerja perusahaan yang diukur dengan menggunakan ROE dan CAR. Selain itu penelitian Indonesia yang menunjukkan hubungan positif, penelitian yang dilakukan oleh Suratno dkk (2006) menunjukkan bahwa *environmental performance* berpengaruh positif terhadap *environmental disclosure* dan *environmental performance* berpengaruh positif terhadap *economic performance*.

Namun ada juga penelitian yang membuktikan secara empiris dimana pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap kinerja pasar, yang didasari oleh penelitian Balabanis dkk (1988) yang menyatakan bahwa “etika investor” dalam pasar modal cenderung tidak tertarik terhadap aktivitas CSR yang

dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut. Belkaoui dan Karpik (1989) menemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara pengungkapan sosial dengan *financial leverage*. Hal ini berarti semakin tinggi rasio utang/modal semakin rendah pengungkapan sosialnya. Finch (2005) mengatakan bahwa motivasi perusahaan untuk melakukan CSR adalah untuk mengkomunikasikan kinerja manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang kepada *stakeholder*, seperti maksimalisasi profit, meningkatnya *competitive advantage*, dan penciptaan *image* yang baik. Januarti dan Apriyanti (2005) menunjukkan bahwa biaya kesejahteraan karyawan tidak berpengaruh terhadap *return on assets*, biaya untuk komunitas (sumbangan) tidak berpengaruh terhadap *return on assets*, dan secara simultan biaya kesejahteraan karyawan (*ension*) dan biaya untuk komunitas (sumbangan) tidak berpengaruh terhadap *total assets turnover*.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dilakukan oleh Dahlia dan Siregar (2008), Balabanis dkk (1988), Suratno dkk (2006), Belkaoui (1989), Finch (2005), Januarti dan Apriyanti (2005) dan *gap* antar penelitian terdahulu, penelitian ini ingin membuktikan apakah CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan apakah CSR berpengaruh terhadap kinerja pasar. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Dahlia dan Siregar (2008) terletak pada sampel dan tahun penelitian, yaitu pada sektor manufaktur tahun 2007 sedangkan penelitian Dahlia dan Siregar (2008) menggunakan sampel semua sektor tahun 2005-2006. Hal ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui bagaimana pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar. Penelitian ini menggunakan sektor manufaktur disebabkan karena

perusahaan manufaktur banyak menimbulkan efek lingkungan dalam proses produksinya seperti pencemaran limbah sehingga perusahaan perlu menerapkan CSR sebagai timbal balik kepada lingkungan disekitarnya. Pada penelitian ini menggunakan tahun pengamatan 2007 karena pada tahun ini dikeluarkannya UU PT tentang kewajiban perusahaan melaksanakan CSR.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, perumusan pertanyaan penelitian ini adalah apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dan kinerja pasar perusahaan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE)
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja pasar perusahaan (CAR)

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

### 1. Bagi Penulis

Bagi penulis penelitian ini dapat memacu minat dan keinginan untuk memahami tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan mengetahui manfaat dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan agar lebih meningkatkan tanggung jawab dan kepeduliannya pada lingkungan sosial dan sebagai informasi kepada pihak manajemen perusahaan tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

### 3. Bagi Investor

Penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran untuk mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak hanya dilihat pada ukuran-ukuran moneter.

## 1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disajikan dalam lima bab, dimana tiap-tiap bab akan disusun secara sistematis sehingga menggambarkan hubungan antara satu bab dengan bab lainnya, yaitu:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menerangkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.



**BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini menerangkan tentang dasar-dasar teori yang didapat dari literatur-literatur serta bahasan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Dalam bab ini diterangkan pula kerangka pemikiran dan hipotesis yang akan diuji.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi deskripsi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional. Oleh karena itu diuraikan variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang akan digunakan.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas secara deskriptif variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian, analisis dan data yang digunakan, serta pembahasan mengenai masalah yang diteliti.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menyajikan kesimpulan akhir yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya dan saran-saran yang diberikan kepada berbagai pihak yang berkepentingan atas hasil penelitian.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 *Stakeholder Theory***

Pengenalan terhadap konsep lingkungan organisasi perusahaan yang berkembang sejalan dengan berkembangnya pendekatan sistem dalam manajemen, telah mengubah cara pandang manajer dan para ahli teori manajemen terhadap organisasi, terutama mengenai bagaimana suatu organisasi perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efektif. Terjadinya pergeseran orientasi di dalam dunia bisnis dari *shareholders* kepada *stakeholders* telah disebut sebagai penyebab munculnya isu tanggung jawab sosial perusahaan.

*Stakeholders* merupakan orang atau kelompok orang yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan. Menurut Jones dalam Solihin (2009) menjelaskan bahwa *stakeholders* dibagi dalam dua kategori, yaitu:

- a. *Inside stakeholders*, terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Pihak-pihak yang termasuk dalam kategori *inside stakeholders* adalah pemegang saham (*stockholders*), manajer, dan karyawan.
- b. *Outside stakeholders*, terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan

dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Pihak-pihak yang termasuk dalam kategori *outside stakeholders* adalah pelanggan (*customers*), pemasok (*supplier*), pemerintah, masyarakat lokal, dan masyarakat secara umum.

Teori *stakeholder* memberikan suatu pandangan perusahaan sebagai suatu *nexus of contract* (kumpulan kontrak-kontrak) dengan memasukkan investor dan non-investor sebagai *stakeholder* perusahaan. Teori *stakeholder* ini dikemukakan oleh Cornell dan Shapiro (1987) yang melengkapi temuan dari Titman (1984) dalam Hatta (2002). Sedangkan menurut Freeman *et al.* (2004) dalam Wibowo (2008) dikemukakan bahwa teori *stakeholder* itu dimulai dengan asumsi nilai (*value*) secara eksplisit dan tidak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha.

Ansoff dalam Solihin (2009) menekankan pentingnya pengelola perusahaan untuk menyeimbangkan berbagai klaim yang bertentangan dari para pemangku kepentingan terhadap aktivitas yang dilakukan perusahaan. Sedangkan Dill dalam Solihin (2009) lebih menekankan pentingnya memperhitungkan peran yang dapat dilakukan pemangku kepentingan dalam mempengaruhi keputusan yang dibuat oleh manajer perusahaan. Gray dkk dalam Januarti dan Apriyanti (2005) mengemukakan bahwa teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi suatu perusahaan memerlukan dukungan *stakeholder*, sehingga aktivitas perusahaan harus mempertimbangkan persetujuan dari *stakeholder*. Semakin kuat *stakeholder*, maka perusahaan harus semakin beradaptasi dengan *stakeholder*.

Pengungkapan sosial kemudian dipandang sebagai dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*.

Pendekatan *stakeholder*, membuat organisasi memilih untuk menanggapi banyak tuntutan yang dibuat oleh para pihak yang berkepentingan (*stakeholder*), yaitu setiap kelompok dalam lingkungan luar organisasi yang terkena tindakan dan keputusan organisasi. Menurut pendekatan ini, suatu organisasi akan berusaha untuk memenuhi tuntutan lingkungan dari kelompok-kelompok seperti para karyawan, pemasok, dan investor serta masyarakat (Robbins dan Coulter, 1999) dalam Januarti dan Apriyanti (2005).

Menurut 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 perusahaan, sehingga berdasarkan *stakeholders theory* peneliti menduga bahwa terdapat pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.

### **2.1.2 *Signaling Theory***

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan selalu berdampak pada para *stakeholders* seperti karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen, serta masyarakat dan kegiatan-kegiatan tersebut menjadi perhatian dan minat dari para *stakeholders*, terutama para investor dan calon investor sebagai pemilik (calon) dan penanam (calon) modal perusahaan. Oleh karenanya, perusahaan berkewajiban untuk memberikan laporan sebagai informasi kepada para

*stakeholders*. Laporan yang wajib diungkapkan oleh perusahaan setidaknya meliputi satu set laporan keuangan. Tetapi, perusahaan diijinkan untuk mengungkapkan laporan tambahan, yaitu laporan yang berisi lebih dari sekedar laporan keuangan, misalnya laporan tahunan tentang aktivitas CSR perusahaan ataupun laporan mengenai penerapan GCG (*Good Corporate Governance*) pada perusahaan.

Tujuan dari laporan tambahan ini adalah untuk menyediakan informasi tambahan mengenai kegiatan perusahaan sekaligus sebagai sarana untuk memberikan tanda (*signal*) kepada para *stakeholders* mengenai hal-hal lain, misalnya memberikan tanda (*signal*) tentang kepedulian perusahaan terhadap wilayah sekitarnya, atau tanda bahwa perusahaan tidak hanya menyediakan informasi berdasarkan ketentuan peraturan tetapi menyediakan informasi yang lebih bagi para *stakeholders*. Tanda-tanda (*signals*) ini diharapkan dapat diterima secara positif oleh pasar sehingga mampu mempengaruhi kinerja pasar perusahaan yang tercermin dalam harga pasar saham perusahaan.

Menurut Prasetyaningrum (2008) teori sinyal (*signaling theory*) menjelaskan mengapa perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak luar (*investor*).

Menurut Morris dalam Prasetyaningrum (2008), asimetri informasi dapat terjadi apabila salah satu pihak memiliki sinyal informasi yang lebih lengkap dari pihak lain. Asimetri informasi terjadi jika manajemen tidak menyampaikan semua

informasi yang diperoleh secara penuh sehingga mempengaruhi nilai perusahaan yang terefleksi pada perubahan harga saham karena pasar akan merespon informasi yang ada sebagai sinyal.

Menurut Drever *et al.*, (2007) *signaling theory* menekankan bahwa perusahaan pelapor dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya. Jika perusahaan gagal dalam menyajikan informasi yang lebih, maka para *stakeholders* hanya akan menilai perusahaan sebagai perusahaan rata-rata sama dengan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan laporan tambahan.

Hal ini memberikan motivasi bagi perusahaan-perusahaan untuk mengungkapkan, melalui laporan keuangan, bahwa mereka lebih baik dari pada perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan. Dengan demikian, *signaling theory* menekankan bahwa perusahaan akan cenderung menyajikan informasi yang lebih lengkap untuk memperoleh reputasi yang lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan, yang pada akhirnya akan menarik investor.

Menurut Ross (1977) dalam Pramastuti (2007) menyatakan bahwa salah satu informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat digunakan sebagai tanda (*signal*) adalah kebijakan dividen perusahaan. Terdapat 3 syarat yang perlu diperhatikan dalam mengoptimalkan kebijakan dividen sebagai sinyal, yaitu: (1) Manajemen harus memiliki insentif yang sesuai untuk mengirimkan sinyal yang jujur, meskipun beritanya buruk, (2) Sinyal dari perusahaan yang sukses tidak mudah diikuti oleh pesaingnya yaitu perusahaan yang kurang sukses, (3) Sinyal itu harus memiliki hubungan yang cukup berarti dengan kejadian yang diamati

(misalnya pembagian deviden yang tinggi pada masa sekarang akan dihubungkan dengan arus kas yang tinggi pula di masa mendatang).

Roida (2008) menyatakan bahwa informasi yang disampaikan oleh pasar atau yang diterima oleh pasar merupakan sebuah sinyal yang dapat bermakna positif atau negatif, tergantung preferensi atas sinyal tersebut. Informasi jika dilihat dalam konteks sinyal dapat meningkatkan reputasi perusahaan, sehingga sinyal merupakan biaya untuk mendapatkan *return* (tingkat keuntungan) yang diharapkan oleh perusahaan. Salah satu *corporate action* yang merupakan informasi sekaligus tanda (*signal*) adalah perusahaan yang mengumumkan aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Roida (2008) juga menegaskan bahwa perusahaan yang sudah menerapkan kebijakan formal berupa CSR akan mengirimkan sinyal positif bagi pasar. Namun jika dihubungkan dengan apa yang dijalankan saat ini dengan reputasi perusahaan di masa lampau yang seperti perusakan lingkungan (*Newmont* di Minahasa, *Freeport* di Papua, dan *Shell* di Nigeria), eksploitasi buruh (Nike, GAP), melakukan suap untuk mendapatkan proyek, dan melakukan rekayasa keuangan, maka program CSR ini hanya menjadi alat untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui mempertahankan sahamnya.

Begitu juga dengan sinyal bahwa CSR adalah budi pekerti korporat. Jika budi pekertinya tidak baik, maka masyarakat akan melihat budi pekerti korporat juga tidak baik. Pencitraan sebagai perusahaan dengan budi pekerti yang baik merupakan sebuah metode untuk mentransfer *rival costs* yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menghadapi pesaing pada industri sejenis. Sebagai contoh PT.

HM. Sampoerna, Tbk yang mencitrakan dirinya sebagai perusahaan yang menjalankan CSR melalui kepedulian pada pendidikan yang mana hasilnya diharapkan nilai perusahaan akan mengalami peningkatan atau dengan kata lain tujuan finansial perusahaan akan tercapai (Roida, 2008).

### ***2.1.3 Corporate Social Responsibility***

#### ***2.1.3.1 Pengertian Corporate Social Responsibility***

Pengertian dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dikemukakan oleh banyak pakar. Diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mendefinisikan CSR sebagai 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. Tanggung jawab sosial secara lebih sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Proses pengambilan keuntungan tersebut perusahaan seringkali menimbulkan kerusakan lingkungan dan dampak sosial lainnya.

Nuryana (2005) dalam Tanudjaja (2006) memberikan definisi CSR sebagai sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip sukarela dan kemitraan. Sedangkan menurut Schermerhon (1993) dalam Tanudjaja (2006), memberikan



definisi CSR sebagai bentuk kepedulian suatu organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik organisasi.

Selain itu terdapat beberapa definisi yang berpengaruh diantaranya :

Versi WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) :

*“The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of work life of workforce and their families as well as of the local community and social large”*, yang berarti bahwa definisi CSR adalah komitmen bisnis yang berkelanjutan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas kehidupan kerja karyawan dan kerja mereka dan komunitas lokal dan masyarakat yang luas.

Versi Bank Dunia (*World Bank*):

*“CSR is the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development”*, yang berarti bahwa definisi CSR adalah komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan karyawan dan perwakilannya, komunitas lokal dan masyarakat yang luas untuk meningkatkan kualitas hidup, melalui jalan bisnis dan perkembangan yang baik.

Di Indonesia, *Corporate Social Responsibility* merupakan serangkaian kegiatan pameran, seminar, diskusi, *social event* yang berkaitan dengan berbagai upaya tanggung jawab sosial korporat kepada masyarakat dan lingkungan yang bertujuan sebagai ajang penyebarluasan informasi mengenai prestasi dan kinerja korporasi dalam program tanggung jawab sosial perusahaan dan pemberdayaan masyarakat.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut elemen-elemen CSR dapat dirangkum sebagai aktivitas perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau

integrasi antara aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial tanpa mengesampingkan ekspektasi para pemegang saham (menghasilkan profit).

Prinsip-prinsip dasar *Corporate Social Responsibility* yang menjadi bagi pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan menurut ISO 26000 dalam Daniri (2008) meliputi:

1. Kepatuhan terhadap hukum
2. Menghormati instrumen/badan-badan Internasional
3. Menghormati *stakeholders* dan kepentingannya
4. Akuntabilitas
5. Transparansi
6. Perilaku yang beretika
7. Melakukan tindakan pencegahan
8. Menghormati dasar-dasar HAM

Perusahaan selain menerapkan CSR juga perlu melakukan pengungkapan (*disclosure*) atas aktivitas CSR yang dilakukan kepada *stakeholder*. Penerapan CSR adalah suatu perbuatan perusahaan untuk menerapkan kegiatan CSR, sedangkan pengungkapan menurut Ermayanti (2009) merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan dan secara teknis merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi, yaitu penyajian informasi dalam bentuk statemen keuangan.

### **2.1.3.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility***

Menurut Daniri (2008) terdapat dua hal yang dapat mendorong perusahaan menerapkan CSR, yaitu bersifat dari luar perusahaan (*external drivers*) dan dari

dalam perusahaan (*internal drivers*). Termasuk kategori pendorong dari luar, misalnya adanya regulasi, hukum, dan diwajibkannya analisis mengenai dampak lingkungan (Amdal). Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) telah memberlakukan audit Proper (Program penilaian peningkatan kinerja perusahaan). Pendorong dari dalam perusahaan terutama bersumber dari perilaku manajemen dan pemilik perusahaan (*stakeholders*), termasuk tingkat kepedulian/tanggung jawab perusahaan untuk membangun masyarakat sekitar (*community development responsibility*).

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu *profit*, lingkungan, dan masyarakat. Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan mengembangkan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah.

Dengan memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang. Perusahaan juga ikut mengambil bagian dalam aktivitas manajemen bencana. Manajemen bencana disini bukan hanya sekedar memberikan bantuan kepada korban bencana, namun juga berpartisipasi dalam usaha-usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana melalui usaha-usaha pelestarian lingkungan sebagai tindakan preventif untuk meminimalisir bencana. Perhatian terhadap masyarakat, dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan-pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat

meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar di sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, dan penguatan ekonomi lokal.

Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Kotler dkk (2005) menjelaskan bahwa terdapat banyak manfaat yang dapat diperoleh atas aktivitas CSR. Adapun manfaat dari CSR tersebut adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan penjualan dan *market share*.
2. Memperkuat *brand positioning*.
3. Meningkatkan citra perusahaan.
4. Menurunkan biaya operasi.
5. Meningkatkan daya tarik perusahaan di mata para investor dan analisis keuangan.

Dengan melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Kondisi seperti itulah yang pada gilirannya dapat memberikan keuntungan ekonomi-bisnis kepada perusahaan yang bersangkutan. CSR tidaklah harus dipandang sebagai tuntutan represif dari masyarakat, melainkan sebagai kebutuhan dunia usaha.

## **2.1.4 Kinerja Perusahaan**

### **2.1.4.1 Pengertian Kinerja Perusahaan**

Kinerja perusahaan merupakan suatu ukuran tertentu yang digunakan oleh entitas untuk mengukur keberhasilan dalam menghasilkan laba. Kinerja perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk menjelaskan kegiatan operasionalnya (Payatma, 2001 dalam Carolina, 2007). Menurut Febryani dan Zulfadin (2003) kinerja perusahaan merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan di manapun, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya.

Dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Hendaknya kinerja perusahaan merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Untuk mengetahui kinerja yang telah dicapai maka dilakukan penilaian kinerja.

Penilaian kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawan yang berdasar pada sasaran, standar, dan kinerja yang telah ditentukan. Penilaian kinerja perusahaan dapat dilihat dari segi analisis laporan keuangan dan dari segi perubahan harga saham, sehingga nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya (Fama, 1978 dalam Carolina, 2007).

Tujuan dari penilaian kinerja adalah untuk memotivasi para karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam mematuhi standar perilaku yang

telah ditetapkan sebelumnya agar membuahkan hasil dan tindakan yang diinginkan. Standar perilaku tersebut berupa kebijakan manajemen atau rencana formal yang dituangkan dalam anggaran perusahaan. Penilaian kinerja juga digunakan untuk menekan perilaku yang tidak semestinya dan untuk *merangsang* dan menegakkan perilaku yang semestinya melalui reward yang diberikan oleh perusahaan dan hasil kinerja.

### **2.1.5 ROE Sebagai Pengukur Kinerja Keuangan Perusahaan**

*Return On Equity* merupakan rasio antara laba bersih terhadap total *equity*. *Return on Equity* sering disebut juga *rate of return on Net Worth* yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri, sehingga ROE ini ada yang menyebut rentabilitas modal sendiri. Menurut Panggabean (2005) ROE merupakan rasio antara laba bersih dengan ekuitas pada saham biasa atau tingkat pengembalian investasi pemegang saham (*rate of return on stockholder's investment*). Sedangkan Harahap (1999) dalam Febriyani dan Zulfadin (2003) menyebutkan bahwa ROE merupakan indikator kemampuan perbankan dalam mengelola modal yang tersedia untuk mendapatkan laba bersih. ROE dapat diperoleh dengan cara menghitung rasio antara laba setelah pajak dengan total ekuitas.

Ada dua sisi dalam menggunakan ROE, pertama diasumsikan bahwa ROE yang akan datang merupakan perkiraan dari ROE yang lalu. Tetapi ROE yang tinggi pada masa lalu tidak menjamin ROE yang akan datang juga tinggi (Bodie dkk, 2002 dalam Panggabean, 2005).

Maya (2008) menjelaskan bahwa ROE merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. ROE dapat memberikan gambaran mengenai tiga hal pokok, yaitu:

- a. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (*profitability*)
- b. Efisiensi perusahaan dalam mengelola *asset* (*assets management*)
- c. Utang yang dipakai dalam melakukan usaha (*financial leverage*)

Kedua, untuk mengetahui lebih mendalam tentang ROE, para analis menguraikan ROE menjadi beberapa perbandingan yang sering disebut *Du Pont System* yang dapat ditulis sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Pretax Profit}} \times \frac{\text{Pretax Profit}}{\text{EBIT}} \times \frac{\text{EBIT}}{\text{Sales}} \times \frac{\text{Sales}}{\text{Assets}} \times \frac{\text{Assets}}{\text{Equity}} \dots\dots\dots (2.1)$$

Dimana:

*EBIT* = *Earning Before Interest Taxes*

*Pretax Profit* = *EBIT-Interest Expense*

*EBIT / Sales* = *Profit Margin* atau *Return On Sales (ROS)*

*Sales / Assets* = *Assets Turnover (ATO)*

Untuk melakukan analisis profitabilitas yang merupakan hasil akhir dari berbagai kebijakan dan keputusan yang dijalankan perusahaan, dibutuhkan angka indikator. Analisis profitabilitas ini memberikan gambaran tentang efektif tidaknya suatu perusahaan. Profitabilitas dapat diukur melalui kemampuan perusahaan mempertahankan kebijakan deviden yang stabil sementara di saat yang sama dapat mempertahankan kenaikan kekayaan pemegang saham dalam perusahaan.

Dari persamaan di atas, terlihat bahwa ROE berbanding lurus dengan ROS dan ATO. Jika ROA (Return on Assets) adalah perkalian ROS dengan ATO, maka ROE juga berbanding lurus dengan ROA.

### **2.1.6 Abnormal Return Sebagai Pengukur Kinerja Pasar**

*Abnormal return* merupakan selisih antara *return* yang sesungguhnya (*actual return*) dengan *return* yang diharapkan (*expected return*) oleh investor. Return dikatakan normal apabila *actual return* adalah sama atau mendekati *expected return* (*return* yang diharapkan). *Return* yang diharapkan (*expected return*) adalah *return* yang diukur dengan menggunakan metode tertentu misalnya dengan menggunakan *capital asset pricing model* (Hartono, 2000).

Dengan demikian *return* tidak normal (*abnormal return*) adalah selisih antara *return* sesungguhnya yang terjadi dengan *return* yang diharapkan (*expected return*). *Abnormal return* dapat bersifat positif atau negatif. *Abnormal return* dikatakan positif apabila selisih antara *actual return* dan *expected return* adalah positif, dan dikatakan negatif *abnormal return* apabila sebaliknya.

Berikut ini adalah beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengukur *abnormal return* (Hartono, 2000):

#### 1. Model Disesuaikan Rata-rata (*Mean Adjusted Model*)

Model ini beranggapan bahwa return ekspektasi bernilai konstan yang sama dengan rata-rata return realisasi sebelumnya selama periode estimasi. Menggunakan model ini, return ekspektasi suatu sekuritas pada periode tertentu diperoleh melalui pembagian return realisasi sekuritas tersebut



dengan lamanya periode estimasi. Tidak ada patokan untuk lamanya periode estimasi, periode yang umum dipakai biasanya berkisar dari 100 sampai dengan 300 hari untuk mendapatkan data harian dan dari 24 sampai dengan 60 bulan untuk data bulanan.

## 2. Model Pasar (*Market Model*)

Perhitungan return ekspektasi dengan model ini dilakukan dengan dua tahapan, yaitu:

- a. Membentuk model ekspektasi dengan menggunakan data realisasi selama periode estimasi return estimasi.
- b. Menggunakan model ekspektasi ini untuk mengestimasi return ekspektasi di periode jendela. Model ekspektasi dapat dibentuk dengan teknik regresi *OLS (Ordinary Least Square)*.

## 3. Model Disesuaikan Pasar (*Market-Adjusted Model*)

Model ini beranggapan bahwa penduga yang terbaik untuk mengestimasi return suatu sekuritas adalah return indeks pasar pada saat tersebut. Dengan menggunakan model ini, maka tidak perlu menggunakan periode estimasi untuk membentuk model estimasi, karena return sekuritas yang diestimasi adalah sama dengan return indeks pasar.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2005 dan 2006).

Dahlia dan Siregar (2008) melakukan penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan. Dalam penelitian ini, *corporate social responsibility* diukur dengan menggunakan CSDI berdasarkan GRI (*Global Reporting Initiative*) yang terdiri dari tiga fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Sedangkan kinerja perusahaan di bagi menjadi dua yaitu kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan menggunakan ROE (*Return On Equity*) dan kinerja pasar yaitu CAR (*Cumulative Abnormal Return*) diukur dengan menggunakan *market adjusted model*. Dalam penelitian ini terdiri dari lima variabel control, yaitu *leverage, growth, beta* (sebagai proksi dari risiko sekuritas), *size*, dan *unexpected earnings*.

Penelitian menggunakan sampel 91 sampel perusahaan dimana terdiri dari dua model yaitu model pertama menggunakan sampel 66 perusahaan dan model kedua menggunakan sampel 25 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap ROE (kinerja keuangan perusahaan) dan berpengaruh positif juga terhadap CAR (kinerja pasar perusahaan).

2. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja keuangan.

Januarti dan Apriyanti (2005) melakukan penelitian mengenai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan. Dalam penelitian ini, kinerja keuangan perusahaan diukur dengan menggunakan rasio aktivitas dan profitabilitas perusahaan. Sedangkan

tanggung jawab sosial perusahaan dibagi menjadi dua yaitu biaya kesejahteraan karyawan dan biaya untuk komunitas. Penelitian menggunakan sampel 31 perusahaan dari 15 subsektor industri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya kesejahteraan karyawan (pensiun) berpengaruh signifikan terhadap *Total Assets Turnover* (ATO), biaya kesejahteraan karyawan (pensiun) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA), biaya untuk komunitas (sumbangan) berpengaruh terhadap *Total Assets Turnover* (ATO), biaya untuk komunitas (sumbangan) tidak berpengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA). Secara bersama-sama biaya kesejahteraan karyawan (pensiun) dan biaya untuk komunitas (sumbangan) tidak berpengaruh terhadap *Total Assets Turnover* (ATO) pada perusahaan manufaktur.

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta).

Nurlela dan Islahuddin (2008) melakukan penelitian mengenai *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini *corporate social responsibility* diukur dengan menggunakan variabel dummy, variabel kepemilikan manajemen diukur dengan menggunakan natural logaritma, dan variabel nilai perusahaan diukur dengan menggunakan *Tobin's q*. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 41 perusahaan non keuangan periode 2005. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social*

*responsibility*, prosentase kepemilikan manajemen, serta interaksi antara *corporate social responsibility* dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial hanya prosentase kepemilikan manajemen dan interaksi antara *corporate social responsibility* dengan prosentase kepemilikan manajemen yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel lainnya tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta).

Anggraini (2006) melakukan penelitian mengenai pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial. Faktor-faktor yang diuji pengaruhnya terhadap kebijakan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi sosial adalah prosentase kepemilikan manajemen, tingkat *leverage*, biaya politis, dan profitabilitas. Prosentase kepemilikan manajemen diukur dengan prosentase saham yang dimiliki manajemen, tingkat *leverage* diukur dengan rasio utang/ekuitas, biaya politis diproksi dengan dua variabel yaitu ukuran perusahaan yang diukur dengan kapitalisasi pasar, dan tipe industri yang diukur dengan variabel *dummy*, variabel terakhir yaitu profitabilitas diukur dengan *net profit margin*. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 1188 perusahaan yang *go public* di Bursa Efek Jakarta yang telah di *delisting* selama tahun 2000-2004 dan yang menyajikan laporan

keuangan lengkap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel prosentase kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial. Sedangkan ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas tidak terbukti berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan.

5. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta.

Sembiring (2006) melakukan penelitian mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang ada di Indonesia. Variabel tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan melakukan *checklist* pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam tujuh kategori yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Variabel *size* digunakan jumlah tenaga kerja sebagai ukuran untuk *size* perusahaan, variabel profitabilitas diukur dengan menggunakan pendapatan per lembar saham (*earning per share*), variabel *profile* dengan menggunakan variabel dummy untuk mengklasifikasikan *high profile* dan *low profile*, variabel ukuran dewan komisaris diukur dengan menggunakan jumlah anggota dewan komisaris, *leverage* diukur dengan menggunakan rasio hutang terhadap modal sendiri. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 78 perusahaan yang *go public*. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran

dewan komisaris dan *leverage* mampu mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial tetapi hanya berpengaruh kecil. Sedangkan secara parsial, *size*, *profile*, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

6. Pengaruh *Environmental Performance* terhadap *Environmental Disclosure* dan *Economic Performance* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Periode 2001-2004).

Suratno dkk (2006) melakukan penelitian mengenai pengaruh *environmental performance* terhadap *environmental disclosure* dan pengaruh *environmental performance* terhadap *economic performance* untuk kondisi di Indonesia. Variabel *environmental disclosure* diukur dengan *disclosure-scoring* yang diperoleh dari analisis isi laporan keuangan dengan menggunakan metode skor *yes/no* (atau 1,0). Variabel *environmental performance* diukur dengan prestasi perusahaan yang mengikuti program PROPER yang merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) yang mencakup pemeringkatan perusahaan dalam lima warna yang akan diberikan skor secara berturut-turut dengan nilai tertinggi 5 untuk warna emas dan terendah 1 untuk warna hitam. Variabel *economic performance* diukur dengan indeks industri yang diperoleh dari laporan *Jakarta Stock Exchange (JSX)*. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Jakarta yang mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan

dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) tahun 2002-2005 dan menerbitkan laporan keuangan (*annual report*) tahun 2001-2006. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *environmental performance* berpengaruh secara positif signifikan terhadap *environmental disclosure* dan penelitian kedua menunjukkan bahwa *environmental performance* berpengaruh positif signifikan terhadap *economic performance*.

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel yang digunakan	Metode Analisis	Hasil
1	Lely Dahlia dan Silvia Veronica Siregar (2008)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2005 dan 2006)	<i>Corporate social responsibility</i> , ROE, CAR, <i>leverage</i> , <i>growth</i> , <i>beta</i> (sebagai proksi dari risiko sekuritas), <i>size</i> , dan <i>unexpected earnings</i> .	Uji Statistik, Analisis Regresi Berganda	<i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh terhadap kinerja (ROE dan CAR)
2	Indira Januarti dan Dini Apriyanti (2005)	Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja keuangan	Kinerja keuangan (rasio aktivitas dan profitabilitas perusahaan), tanggung jawab sosial perusahaan dibagi menjadi dua yaitu biaya kesejahteraan	Uji Statistik, Analisis Regresi Berganda	1. Biaya kesejahteraan karyawan ( <i>ension</i> ) berpengaruh signifikan terhadap <i>Total Assets Turnover</i> (ATO) 2. Biaya

			karyawan dan biaya untuk komunitas.		<p>kesejahteraan karyawan (ension) tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Assets</i> (ROA)</p> <p>3. biaya untuk komunitas (sumbangan) berpengaruh terhadap <i>Total Assets Turnover</i> (ATO)</p> <p>4. biaya untuk komunitas (sumbangan) tidak berpengaruh terhadap <i>Return On Assets</i> (ROA)</p> <p>5. Secara simultan biaya kesejahteraan karyawan (ension) dan biaya untuk komunitas (sumbangan) tidak berpengaruh terhadap <i>Total Assets Turnover</i> (ATO)</p>
3	Rika Nurlela dan Islahuddin (2008)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase	<i>Corporate social responsibility</i> , kepemilikan manajemen, nilai perusahaan	Uji Statistik, Analisis Regresi Berganda	<i>corporate social responsibility</i> , prosentase kepemilikan manajemen,



		Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)			serta interaksi antara <i>corporate social responsibility</i> dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial hanya prosentase kepemilikan manajemen dan interaksi antara <i>corporate social responsibility</i> dengan prosentase kepemilikan manajemen yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel lainnya tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4	Fr. Reni Retno Anggraini (2006)	Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan	Prosentase kepemilikan manajemen, tingkat <i>leverage</i> , biaya politis, dan profitabilitas	Uji Statistik, Analisis Regresi Berganda	1. Prosentase kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan

		(Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta)			dalam mengungkapk an informasi sosial. 2. Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas tidak terbukti berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan
5	Eddy Rismanda Sembiring (2006)	Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta	Tanggung jawab sosial perusahaan, <i>size</i> , profitabilitas, <i>profile</i> , ukuran dewan komisaris, <i>leverage</i>	Uji Statistik, Analisis Regresi Berganda	<i>Size</i> , profitabilitas, <i>profile</i> , ukuran dewan komisaris dan <i>leverage</i> mampu mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial tetapi hanya berpengaruh kecil. Sedangkan secara parsial, <i>size</i> , <i>profile</i> , dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

6	Ignatius Bondan Suratno, Darsono, dan Siti Mutmainah (2006)	Pengaruh <i>Environmental Performance</i> terhadap <i>Environmental Disclosure</i> dan <i>Economic Performance</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Periode 2001-2004)	<i>environmental disclosure, environmental performance, economic performance</i>	Uji Statistik, Analisis Regresi Berganda	1. <i>environmental performance</i> berpengaruh secara positif signifikan terhadap <i>environmental disclosure</i> 2. <i>environmental performance</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>economic performance</i>
---	---	--	--	--	---

## 2.3 Kerangka Pemikiran

### 2.3.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (ROE)

Dalam menjalankan kegiatan operasinya, perusahaan berhadapan dengan banyak *stakeholders* seperti karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen, serta masyarakat. Untuk mempertahankan eksistensinya perusahaan memerlukan dukungan *stakeholders* sehingga aktivitas perusahaan harus mempertimbangkan persetujuan dari *stakeholders*. Semakin kuat *stakeholders*, maka perusahaan harus semakin beradaptasi dengan *stakeholders*. Berdasarkan teori *stakeholders*, perusahaan memilih untuk menanggapi banyak tuntutan yang dibuat oleh para pihak yang berkepentingan (*stakeholders*), yaitu setiap kelompok dalam lingkungan luar organisasi yang terkena tindakan dan keputusan organisasi. Diharapkan dengan memenuhi tuntutan para *stakeholders* dapat meningkatkan penghasilan perusahaan. Penelitian yang mendukung adanya hubungan antara

CSR dengan kinerja perusahaan adalah penelitian Dahlia dan Siregar (2008) yang menunjukkan bahwa aktivitas CSR berpengaruh positif terhadap ROE.

Penelitian lain yang mendukung adalah penelitian yang dilakukan oleh 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 perusahaan. Sedangkan penelitian Siegel dan Paul (2006) menyatakan bahwa aktivitas CSR memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap efisiensi, perubahan teknikal, dan skala ekonomi perusahaan. Hal ini didukung oleh Mick dalam Jalal (2007) yang menyatakan bahwa CSR sangat berpengaruh terhadap kinerja bisnis, yaitu *eco-efficiency*, yang berkaitan erat dengan enam kinerja: *shareholder value*, *operational efficiency*, *access to capital*, *brand value and reputation*, *risk management*, dan *innovation*.

Aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan berdampak terhadap kinerja perusahaan sesuai dengan penelitian Dahlia dan Siregar (2008). Penelitian ini meneliti pengaruh aktivitas CSR terhadap ROE 1 tahun ke depan karena aktivitas CSR berdampak secara tidak langsung terhadap kinerja perusahaan. Hal ini karena di duga 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 sesuai dengan penelitian Heal dan Garret (2004).

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

H1: Pengungkapan aktivitas CSR (*CSR disclosure*) berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan ( $ROE_{t+1}$ ).

### **2.3.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Pasar Perusahaan (*Abnormal Return*)**

Sebagai salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan para *stakeholders* lainnya, perusahaan seringkali terlibat dalam kegiatan-kegiatan CSR. Tidak dapat dipungkiri, bahwa para *stakeholders* memberikan apresiasi yang lebih bagi perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam kegiatan CSR. Meskipun tujuan utama dari kegiatan-kegiatan ini bukan untuk meningkatkan laba perusahaan, namun kegiatan-kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi nilai pasar perusahaan.

Sejalan dengan Drever *et al.*, (2007) yang menyatakan bahwa berdasarkan *signaling theory* perusahaan pelapor dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya dengan mengirimkan *signal* melalui laporan, maka pengungkapan atau pelaporan perusahaan mengenai aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan CSR merupakan salah satu cara untuk mengirimkan *signal* positif kepada *stakeholders* dan pasar. Perusahaan yang telah menerapkan kebijakan formal berupa pelaporan CSR akan memberikan sinyal positif bagi pasar, sehingga berdasarkan teori sinyal, perusahaan yang memberikan informasi baik terhadap *stakeholders* akan memberikan sinyal positif terhadap perusahaan tersebut.

Pengungkapan CSR dalam konteks sinyal dapat mengirimkan *signal* reputasi perusahaan yang baik atau meningkatkan *brand* perusahaan dimata *stakeholders*. *Signal* positif ini diharapkan menghasilkan respon positif terhadap pasar sehingga meningkatkan kinerja pasar saham perusahaan yang tercermin melalui peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan harga saham akan berkontribusi terhadap peningkatan *actual return* dan pada akhirnya berkontribusi terhadap terbentuknya *positive abnormal return*. *Positive abnormal return* merupakan salah satu indikasi dari peningkatan kinerja perusahaan.

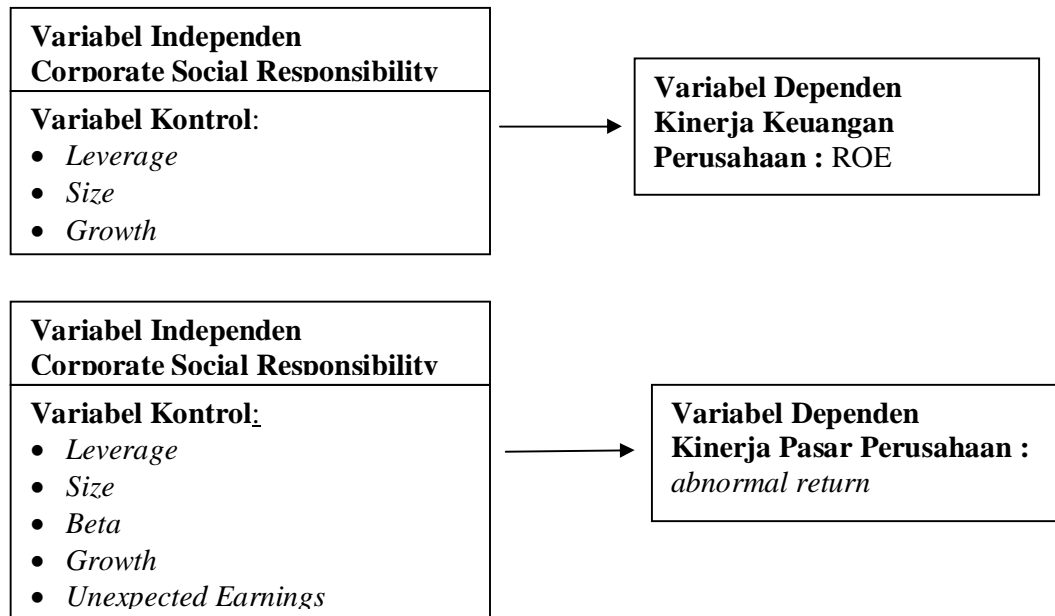
Penelitian yang mendukung adanya hubungan antara CSR dengan kinerja pasar adalah penelitian Dahlia dan Siregar (2008) yang menunjukkan bahwa aktivitas CSR berpengaruh positif terhadap kinerja pasar. Penelitian lain yang mendukung yaitu penelitian Almilia dan Wijayanto (2007), perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan (*environmental performance*) 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 (*environmental performance*) 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 adalah:

H2: Pengungkapan aktivitas CSR (*CSR disclosure*) berpengaruh positif terhadap Kinerja Pasar Perusahaan (*abnormal return*).

Berikut ini adalah kerangka pemikiran teoritis yang berdasarkan latar belakang dan telaah literatur di atas:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Definisi Operasional Variabel

##### 3.1.1 Variabel Dependen

###### 3.1.1.1 Kinerja Keuangan

Variabel pertama dalam penelitian ini yaitu Kinerja Keuangan dan variabel ini diukur dengan menggunakan ROE satu tahun ke depan ( $ROE_{t+1}$ ). Perusahaan dengan ekuitas yang dimilikinya sebisa mungkin harus menghasilkan return yang tinggi agar tetap dapat bertahan dalam dunia bisnis.

Dalam penelitian ini,  $ROE_{t+1}$  diukur dengan menggunakan rumus *net income/equitas* (Dahlia dan Siregar, 2008). Rumus matematisnya adalah:

$$ROE_{t+1} = \frac{\text{Net Income}_{t+1}}{\text{Ekuitas}_{t+1}} \dots\dots\dots (3.1)$$

###### 3.1.1.2 Kinerja Pasar

Variabel dependen yang kedua dalam penelitian ini adalah Kinerja Pasar dan variabel ini diukur dengan menggunakan CAR (*Cumulative Abnormal Return*). CAR diukur dengan menggunakan *market-adjusted model*. *Market-adjusted model* dianggap oleh peneliti merupakan proksi 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 (Hartono, 2007).

*Abnormal return* ( $AR_{it}$ ) diperoleh melalui dua tahap. Tahap pertama merupakan selisih dari aktual *return* ( $R_{it}$ ) kemudian dikurangi dengan market *return* ( $R_{mt}$ ) yang diperoleh dari tahap kedua (Dahlia dan Siregar, 2008).

Agar lebih jelas, berikut rumus secara matematis:

$$R_{it} = \frac{IHSI_{it} - IHSI_{it-1}}{IHSI_{it-1}} \dots\dots\dots (3.2)$$

$$R_{mt} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}} \dots\dots\dots (3.3)$$

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt} \dots\dots\dots (3.4)$$

Dimana:

$AR_{it}$  : *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  $t-1$ .

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 Maret, yaitu dengan menggunakan rumus berikut ini (Dahlia dan Siregar, 2008):

$$CAR_{it} = \sum_{a=t-3}^t AR_{i,a} \dots\dots\dots (3.5)$$

Dimana:

CAR<sub>it</sub> : *Cumulative Abnormal Return*

**3.1.2 Variabel Independen**

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility Index* (CSDI<sub>j</sub>) yang diperoleh dari website [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org). Variabel ini diukur berdasarkan GRI (*Global Reporting Initiative*) yang terdiri dari tiga fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai *sustainability reporting*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 79 item pengungkapan yang terdiri dari indikator ekonomi (9 item), lingkungan (30 item), tenaga kerja (14 item), hak asasi manusia (9 item), sosial (8 item), dan produk (9 item) dengan nilai maksimum pengungkapan 1. Peneliti menggunakan GRI dikarenakan lebih komprehensif dalam menilai aktivitas CSR suatu perusahaan dengan menggunakan 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Karena sedikitnya perusahaan di Indonesia yang melaporkan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungannya dalam bentuk *sustainability reporting*, maka dalam penelitian ini hanya terbatas pada data-data yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan.

Penghitungan CSDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item

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

$$CSDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \dots\dots\dots (3.6)$$

Dimana:

CSDI<sub>j</sub> : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n<sub>j</sub> : jumlah item untuk perusahaan j, n<sub>j</sub> =79

X<sub>ij</sub> : 1 = jika item I diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan

Dengan demikian, 0 < CSDI<sub>j</sub> < 1

**3.1.3 Variabel Kontrol**

Variabel kontrol adalah variabel yang digunakan untuk mengontrol agar variabel lain selain variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak berpengaruh. Variabel *corporate social responsibility* mempunyai kemungkinan secara endogen ditentukan oleh berbagai faktor. Di bawah ini merupakan variabel-variabel yang secara teori menentukan penerapan *corporate social responsibility*.

Variabel kontrol dalam penelitian ini terdiri dari lima variabel, yaitu:

a. *Leverage*

Dalam penelitian ini, variabel ini diukur menggunakan proporsi utang dengan modal sendiri dalam pendanaan investasinya baik pada model penelitian pertama maupun model kedua (Dahlia dan Siregar, 2008).

- Rumus matematis *leverage* pada model yang pertama adalah sebagai berikut:

$$LEV_t = \frac{Utang_t}{Modal_t} \dots\dots\dots (3.7)$$

- Rumus matematis *leverage* pada model yang kedua adalah sebagai berikut:

$$LEV_{t+1} = \frac{Utang_{t+1}}{Modal_{t+1}} \dots\dots\dots (3.8)$$

b. *Size*

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan (*size*) diukur menggunakan *log asset* baik pada model penelitian yang pertama maupun kedua (Dahlia dan Siregar, 2008). Digunakan *log asset* sebab perusahaan sampel dalam penelitian ini memiliki jumlah *asset* yang bervariasi karena perbedaan ukuran perusahaan.

c. *Growth*

Dalam penelitian ini, kesempatan pertumbuhan (*growth*) diukur dengan menggunakan pertumbuhan  $\Delta Sales$  pada model penelitian pertama dan pertumbuhan PBV pada model penelitian kedua (Dahlia dan Siregar, 2008).

- Rumus matematis pada model yang pertama adalah sebagai berikut:

$$\Delta Sales_{t+1} = \frac{Sales_{t+1} - Sales_t}{Sales_t} \dots\dots\dots (3.9)$$

- Rumus matematis pada model yang kedua adalah sebagai berikut:

$$\Delta PBV_t = \frac{PBV_t - PBV_{t-1}}{PBV_{t-1}} \dots\dots\dots (4.0)$$

d. *Beta*

Dalam penelitian ini, variabel ini diproksi dari risiko sekuritas (Dahlia dan Siregar, 2008). Beta dapat dihitung dengan menggunakan teknik regresi. Teknik regresi untuk mengestimasi Beta suatu sekuritas dapat dilakukan dengan menggunakan return-return sekuritas sebagai variabel dependen dan return-return pasar sebagai variabel independen. Persamaan regresi yang dihasilkan dari data *time series* ini akan menghasilkan koefisien Beta yang diasumsikan stabil dari waktu ke waktu selama masa periode observasi. Jika Beta sifatnya adalah stabil, semakin lama periode observasi yang digunakan di persamaan regresi, semakin baik hasil dari Beta. Persamaan regresi yang digunakan untuk mengestimasi Beta dapat didasarkan pada model indeks-tunggal atau model pasar dengan menggunakan model CAPM, dengan persamaan sebagai berikut:

$$R_i = \alpha_i + \beta_i \cdot R_M + e_i \dots\dots\dots (4.1)$$

Dari persamaan diatas, koefisien  $\beta_i$  merupakan Beta sekuritas ke-i yang diperoleh dari teknik regresi. Variabel acak  $e_i$  di persamaan regresi menunjukkan bahwa persamaan linier yang dibentuk mengandung kesalahan.

e. *Unexpected Earnings (UE)*

Dalam penelitian ini, *unexpected Earnings* diukur dengan pertumbuhan laba per saham dengan harga saham awal tahun (Dahlia dan Siregar, 2008).

### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI tahun 2007. Metode pemilihan sampel 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:

1. Perusahaan manufaktur yang *listing* pada tahun 2007 di BEI.
2. Menerbitkan *annual report* pada tahun 2007 di website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah :

1. Data *Annual Report* perusahaan manufaktur tahun 2007 dari website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).
2. ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*) tahun 2007 dan 2008.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Metode dokumentasi, yaitu metode yang menghimpun informasi untuk menyelesaikan masalah yang ada dalam dokumen.

2. Metode studi pustaka, yaitu pengumpulan data dengan membaca buku-buku dan literatur-literatur pendukung yang relevan dengan masalah yang diteliti.

### 3.5 Metode Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan penggabungan atau pooling data. Karena dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2006). Terdapat 2 model statistik dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan karena terdapat 2 variabel dependen. Model statistik yang digunakan dalam penelitian ini akan diuraikan di bawah ini:

1. Model Pertama

$$ROE_{it+1} = \beta_0 + \beta_1 CSDI_{it} + \beta_2 LEV_{it+1} + \beta_3 SIZE_{it+1} + \beta_4 GROWTH_{it+1} + \epsilon_{it}$$

2. Model Kedua

$$CAR_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSDI_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 BETA_{it} + \beta_5 GROWTH_{it} + \beta_6 UE_{it} + \epsilon_{it}$$

Dimana:

ROE : *Return on Equity*

CAR : *Cumulative Abnormal Return*

CSDI : Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial

LEV : Rasio *leverage* perusahaan

SIZE : Ukuran perusahaan

BETA : Beta pasar perusahaan (beta koreksi)

GROWTH	: Kesempatan pertumbuhan
UE	: <i>Unexpected Earnings</i>
$\beta_0$ - $\beta_2$	: Koefisien yang diestimasi
$\varepsilon_{it}$	: <i>error term</i>
$i$	: 1,2,..., N
$t$	: 1,2,..., T

### 3.5.1 Pengujian Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini digunakan uji asumsi klasik sebelum menguji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Pengujian asumsi klasik ini digunakan agar variabel bebas sebagai estimator atas variabel terikat tidak bias. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menghindari terjadinya bias, data yang digunakan harus terdistribusi dengan normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2006).



Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One Sample Kolmogorov–Smirnov Test*. Dalam uji *One Sample Kolmogorov–Smirnov Test*, variabel-variabel yang mempunyai *Asymp. Sig (2-tailed)* di bawah tingkat signifikan sebesar 0,05 (probabilitas  $< 0,05$ ) diartikan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki distribusi tidak normal dan sebaliknya.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi bahwa ada tidaknya multikolinieritas di dalam regresi dapat dilihat dari: (1) *tolerance value*, (2) nilai *variance inflation factor (VIF)*. Model regresi yang bebas multikolinieritas adalah yang mempunyai *tolerance value* di atas 0,1 atau VIF di bawah 10 (Ghozali, 2006). Apabila *tolerance variance* di bawah 0,1 atau VIF di atas 10 maka terjadi multikolinieritas.

## 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 lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2006).

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji glejser. Uji glejser dapat dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen signifikan

secara statistik mempengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

### 3.5.2 Uji Hipotesis

#### 3.5.2.1 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menguji tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (Ghozali, 2006). Pengujian ini dilakukan uji dua arah dengan hipotesis:

$H_0 : X_1 = X_2 = X_3 = X_4 = X_5$ , artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

$H_a : X_1 \neq X_2 \neq X_3 \neq X_4 \neq X_5$ , artinya terdapat pengaruh secara signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Kriteria pengujian ditetapkan sebagai berikut:

1. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ ,  $H_0$  diterima dan menolak  $H_a$ ,
2. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$   $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ .

#### 3.5.2.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian ini dilakukan uji dua arah dengan hipotesis:

$H_0 : X_i = 0$ , artinya tidak ada pengaruh secara signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_0$  :  $\xi_i \neq 0$ , artinya ada pengaruh secara signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian ditetapkan sebagai berikut:

1. Jika nilai  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima
2. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak
3. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5 persen, dengan kata lain jika  $P > 0,05$  maka dinyatakan tidak signifikan

### 3.5.2.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat ketepatan garis regresi berganda mencocokkan data yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara nol dan 1 ( $0 < R^2 < 1$ ). Jika koefisien determinasi sama dengan nol, maka dapat diartikan bahwa variabel independen sama sekali tidak dapat mencocokkan variasi data variabel independen. Jika besarnya koefisien determinasi mendekati angka 1, maka variabel independen semakin mendekati tingkat ketepatan mencocokkan variabel dependen. Dengan kata lain kesalahan pengganggu dalam model ini diusahakan minimum sehingga  $R^2$  mendekati 1, sehingga perkiraan regresi akan lebih mendekati keadaan yang sebenarnya.