

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



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

**I DEWA KETUT YUDYADANA AJILAKSANA
NIM. C2C607069**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : I Dewa Ketut Yudyadana Ajilaksana
Nomor Induk Mahasiswa : C2C07069
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi
Judul Usulan Penelitian Skripsi : **PENGARUH CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA
KEUANGAN PERUSAHAAN**
Dosen Pembimbing : Dr. Endang Kiswara, M.Si, Akt.

Semarang, 7 Juni 2011

Dosen Pembimbing,

Dr. Endang Kiswara, SE, M.Si, Akt.

NIP.1969 0214 1994 12 2001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : I Dewa Ketut Yudyadana Ajilaksana
Nomor Induk Mahasiswa : C2C07069
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi
Judul Usulan Penelitian Skripsi : **PENGARUH *Corporate Sosial Responsibility*
TERHADAP KINERJA KEUANGAN
PERUSAHAAN**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 15 Maret 2011

Tim Penguji :

1. Dr. Endang Kiswara,SE, M.Si, Akt (.....)
2. Dr. H. Rahardjo,SE, M.Si, Akt (.....)
3. Daljono , SE, M,Si, Akt (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya, I Dewa Ketut Yudyadana Ajilaksana, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA KEUANGAN 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 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 diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 7 Juni 2011
Yang membuat pernyataan,

I Dewa Ketut Yudyadana Ajilaksana
C2C607069

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) simultaneously and partial (every aspect of CSR) on corporate financial performance (increased sales, increased productivity, and the ratio of book value of the market). In this study the performance of the company are divided into short-term performance and long-term performance. For short-term performance is measured by an increase in sales Sales Growth (SGRI) and also increase productivity measured by asset turnover (ATO), while for long-term performance of the market and the ratio book value is measured by Market To Book Ratio (MBR). Independent variables used in this study is the performance of Corporate Social Responsibility, while the dependent variable is the Sales Growth, Asset Turnover, and Market to Book Ratio

The samples were manufacturing firms and non-financial listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) and also entered the ranks of companies with LQ 45 year study period 2008-2009. Data collected by the method of documentary and book study. The samples used were 21 companies each year. This study uses linear regression to analyze data.

The results showed that most Corporate Social Responsibility is the social aspect has a positive and significant impact on asset turnover (ATO). CSR simultaneously affects only long-term performance of the Market to Book Ratio.

Key words : Corporate Social Responsibility, Sales, productivity, and the ratio of book value of the market, LQ 45

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara simultan dan parsial(masing-masing aspek dalam CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan (peningkatan penjualan, peningkatan produktivitas, dan rasio nilai buku pasar). Dalam penelitian ini kinerja perusahaan terbagi dalam kinerja jangka pendek dan kinerja jangka panjang.Untuk kinerja jangka pendek yaitu Peningkatan penjualan diukur dengan *Sales Growth* (SGRI) dan juga peningkatan produktivitas diukur dengan *asset turnover* (ATO), sedangkan untuk kinerja jangka panjang rasio nilai buku pasar diukur dengan *Market To Book Ratio* (MBR). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja *Corporate Social Responsibility*, sedangkan variabel dependennya adalah *Sales Growth*, *Asset Turnover*, dan *Market to Book Ratio*.

Sampel penelitiannya adalah perusahaan manufaktur dan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan juga masuk dalam jajaran perusahaan LQ 45 dengan periode penelitian tahun 2008-2009. Data dikumpulkan dengan metode dokumenter dan studi pustaka. Adapun sampel yang digunakan adalah 21 perusahaan setiap tahunnya. Penelitian ini menggunakan regresi linear untuk analisis data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* secara parsial yaitu dalam aspek sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Asset Turnover* (ATO). Secara simultan CSR hanya berpengaruh terhadap kinerja jangka panjang *Market to Book Ratio*.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, Penjualan, produktivitas, dan Rasio nilai buku pasar, LQ 45.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

-MOTTO-

“ BELAJAR BEKERJA BERMAIN DAN BERDOA ”

“GOD IS GOOD ALL THE TIME”

-PERSEMBAHAN-

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

Bapak(alm), Ibu, Kedua kakakku tersayang, Keluarga, sahabat , teman , dan
orang-orang yang tersayang

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa Tuhan Yang Maha Esa atas Asung Kerta Wara Nugraha yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN”**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi Program Sarjana S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan hati mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si, Akt, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
2. Drs. H. Sudarno, M.Si, Akt, Ph.D selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang dan juga selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan selama menempuh kuliah.
3. Ibu Dr.Endang Kisswara, S.E, MSi, Akt selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak saran, bimbingan, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

4. Seluruh dosen dan staf pengajar jurusan Akuntansi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak I Dewa Nyoman Suratna, SH (alm) yang sampai akhir hayatnya selalu mengajari segala hal dari hal yang kecil sampai besar, mulai hal konyol hingga bagaimana menjadi seorang laki-laki yang baik, dan juga Ibu Dra.Sri Rahayu yang senantiasa mencurahkan kasih sayang, mendidik, merawat dan memberikan semangat, dorongan, dan dukungan bagi penulis, penulis tidak akan bisa bahagia jika tidak bersama Ibu.
6. Kedua kakakku I Dewa Gede Mahendrata Ajilaksana dan I Dewa Nyoman Hrishikesananda Ajilaksana yang telah Support bantuan semangat dan juga gangguan berupa keisengan.Semoga penulis tidak akan dapat menjadi adik yang baik jika tidak mendapat tauladan dari kalian.
7. Niang, Ajung, Biang dan seluruh Semeton Keluarga Besar Dewa Undisan dan Dewa Ketut Mantra yang ada di Semarang, Jogja, Bali, dan Jakarta, Om Tante dan sepupu seluruh Keluarga Besar Roesmani di Semarang, Pati, dan Purworejo serta mba Siti dan keluarga yang setia menemani keluarga penulis dan selalu memberikan dukungan baik Moral maupun Spiritual dan menyemangati penulis
8. Sahabat-sahabat dan Pelatih Karate seperjuangan sejak dulu, Senpai Aditya, Senpai Achifin, Senpai Suroso, Senpai Yudo, Mas Arya, Mba Ika, Ranny, Rida, Centa, Tika, Nanda dan rekan-rekan di Tim Karate Lemkari Baiturahman dan Tim Karate Forki Kota Semarang.Kita berlatih, bertanding, bermain, dan tumbuh bersama sebagai manusia yang memiliki semangat Bushido.

9. Rekan-rekan mafia dan Kriminal IKERS SMA 5, Jamali , Ootong, Sneck, Dino, Dipa, Yoyo, Tuwo, Merdian, Tomi, Bram, Wikan, Teta, Luwag, Pakdhe, Bajul, Shidiq dan semua squad Kriminal yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Di mana ada jalan, pasti disitu ada uang. *Fight For Money!*
10. Sahabat semasa TK hingga sekarang Cahyo Setiaji dan juga teman dan Sahabat di SD Siliwangi 01, SMP Negeri 1 Semarang, dan SMA Negeri 5 Semarang yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
11. Sahabat Sehidup Semati di saat Kuliah Budi Cahyono, terima kasih atas saran dan masukan baik untuk masalah akademis maupun non akademis, kita duet tak terkalahkan. *We are Dynamic Duo*
12. Sahabat baik dikala sakit senang susah sengsara (susah pun tetap disemet), makan, maen PS, nonton bola, hura-hura, futsal dan berjudi. HABENK 07 (Barkah, Tito, Deni, Om Senang, Ega, Kuman, Randy, Bimo, Karyo, Arya, Adi, Seto, Alif, Pungky, Yohanes, Iwan, Siska, Memey, Vita, Wulan, Citra, Manda, Atria, Trias, dkk. Terima kasih atas persahabatan, masalah, kegilaan dan canda tawa yang kalian berikan, *you're the best guys*, penulis bakal mati muda jika tidak ada kalian
13. Dua Orang mahasiswi yang menjadikan saya "Suami Dalam Pasungan" Oktadella Dewanti Dan Rida Yustisia beserta antek-anteknya Ageng, Tito, Dhema, Dwi, , Dani Adi, Simok, Tia, Jeni, Wity, serta Teman-teman Akuntansi Reguler 2 kelas A dan B angkatan 2007 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu,tetap kompak teman-teman. **KALIAN LUAR BIASA**

14. Senior-senior dan kakak kelas Akuntansi Mas Dyas, Mas Udin, Mas Sodom, Mas Prabu, Mas Ronald, Bang Samuel, Mas Uli, dan seluruh jajaran dewan syuro CUT OFF 05 yang selalu menjadi teladan yang baik dan BURUK bagi penulis.
15. Junior dan Adik kelas Akuntansi 2009 Ema, Icing, dan Mutti yang selalu membantu memberikan catatan dan fotocopy tugas dan absen saat penulis mengulang kuliah bersama kalian.
16. Saudara seperguruan bimbingan Ayu Septi Anggraini dan Etha Rizki, kita tidak boleh berhenti bimbingan walaupun sudah lulus.
17. Lurah Desa Trengguli Bapak Subechi dan juga Saudara-saudara Tim 7 KKN WONOSALAM (Rifki, Wulan, Ferdi, Riska, Bernath, Erin, Dina, Hakim, Chika, Umar, Meta, Sani, Candra).Terima kasih atas kehidupan kekeluargaan bersama kita di Posko selama 35 hari yang indah, panas, sok sibuk, dan berisik.
18. Teman-teman Pura Agung Giri Natha (Uta, Ari, Catha, Agoy, Utha, Yoga, Arya, Komang, bli Bagus, bli Leak, bli Rista, Pak Ida, Rika, Ayu, Mba Asti, Mba Meta, Mba Maya, Mba Shanty, dan, Wida) serta para pemuda bapak ibu anggota Parisada Hindu Kota Semarang.
19. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang

membangun demi penulisan yang lebih baik di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Semarang, 7 Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8

2.1.1	Teori <i>Stakeholder</i>	8
2.1.2	Teori Legitimasi	9
2.2	Corporate Social Responsibility	10
2.3	Penelitian Terdahulu	15
2.4	Kerangka Pemikiran.....	17
2.4	Pengembangan Hipotesis	19
BAB III	METODE PENELITIAN	22
3.1	Variabel Penelitian	22
3.2	Definisi Operasional Variabel	22
3.3	Variabel Independen	23
3.4	Variabel Dependen.....	26
3.5	Populasi	28
3.6	Sampel.....	29
3.7	Jenis dan Sumber Data.....	30
3.8	Metode Pengumpulan Data	35
3.9	Metode Analisis	30
3.9.1	Statistik Deskriptif	30
3.9.2	Uji Asumsi Klasik	31
3.9.3	Analisis Regresi	33
3.9.4	Pengujian Hipotesis.....	35
3.9.4.1	Koefisien determinasi.....	35
3.9.4.2	Uji Signifikansi Simultan (uji f).....	35

	3.9.4.3 Uji signifikan Parameter Individual (uji t).....	35
BAB IV	HASIL ANALIS DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Deskripsi Variabel Penelitian	37
4.2	Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	41
4.2.1	Model 1	41
4.2.1.1	Pengujian Asumsi Klasik	42
4.2.1.2	Pengujian Hipotesis	45
4.2.1.2.1	Pengujian Dependen Variabel SGRI..	46
4.2.1.2.2	Pengujian Dependen Variabel ATO...	47
4.2.1.2.3	Pengujian Dependen Variabel MBR..	49
4.2.2	Model 2	50
4.2.2.1	Pengujian Asumsi Klasik.....	50
4.2.2.2	Pengujian Hipotesis	54
4.2.2.2.1	Pengujian Dependen Variabel SGRI..	55
4.2.2.2.2	Pengujian Dependen Variabel ATO...	57
4.2.2.2.3	Pengujian Dependen Variabel MBR..	59
4.2.3	Model 3	61
4.2.3.1	Pengujian Asumsi Klasik.....	62
4.2.3.2	Pengujian Hipotesis	65
4.2.3.2.1	Pengujian Dependen Variabel TP	66
4.3	Interpretasi Hasil	67
BAB V	PENUTUP	70

5.1 Kesimpulan	70
5.2 Keterbatasan	71
5.3 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1	Variabel Dimensi, Indikator dan Skala Pengukuran	23
Tabel 4.1	Klasifikasi Sampel Berdasarkan Tipe Perusahaan	37
Tabel 4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	38
Tabel 4.3	Uji Normalitas Awal	42
Tabel 4.4	Uji Normalitas Setelah Mengeluarkan Outlier	43
Tabel 4.5	Uji Multikolinieritas	43
Tabel 4.6	Uji Heterokedasdisitas	44
Tabel 4.7	Uji Autokorelasi	45
Tabel 4.8	Hasil Uji Regresi	46
Tabel 4.9	Hasil Normalitas Setelah Mengeluarkan Outlier	51
Tabel 4.10	Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4.11	Uji Heterokedasdisitas	53
Tabel 4.12	Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi	54
Tabel 4.14	Hasil Normalitas Awal	62
Tabel 4.15	Hasil Normalitas Setelah Mengeluarkan Outlier	63
Tabel 4.16	Uji Multikolinieritas	63
Tabel 4.17	Uji Heterokedasdisitas	64
Tabel 4.18	Uji Autokorelasi	65

Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi 65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40	11
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	18
Gambar 4.1	Pengungkapan Corporate Social Responsibility Tahun 2008-2009	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Indeks Pengungkapan CSR Berdasarkan GRI	75
Lampiran Nama Perusahaan dan Pengungkapan GRI Tahun 2008	81
Lampiran Nama Perusahaan dan Pengungkapan GRI Tahun 2009	82
Lampiran Hasil Pengolahan Data dengan SPSS	83

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, pengambilan keputusan ekonomi hanya dengan melihat kinerja keuangan suatu perusahaan, saat ini sudah tidak relevan lagi. Eipstein dan Freedman (1994), menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Untuk itu dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus. Sarana tersebut dikenal dengan nama laporan keberlanjutan atau *sustainability reporting*.

Sustainability reporting adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada stakeholder internal maupun eksternal. Sustainability Report/Laporan berkelanjutan merupakan sinonim atau istilah lain yang menggambarkan laporan mengenai dampak ekonomi, lingkungan dan sosial, misalnya triple bottom line, laporan pertanggungjawaban perusahaan, dan lain sebagainya (GRI Reports ,2006)

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu bentuk bentuk sustainability reporting yang memberikan keterangan tentang berbagai aspek-aspek perusahaan mulai dari aspek sosial, lingkungan dan keuangan sekaligus yang tidak dapat dijelaskan secara tersirat oleh suatu laporan keuangan perusahaan saja. Lebih jauh, dalam *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan, perusahaan dalam

menjelaskan tentang aspek Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, Hak asasi manusia, Sosial, dan Tanggung jawab Produk

Namun dalam lingkup pembahasan *Corporate Social Responsibility*, terdapat beberapa teori dan pendekatan yang berbeda, dimana penelitian-penelitian tersebut sangat rumit dan dalam beberapa kasus sangat kontradiksi, yang digunakan untuk menjelaskan motivasi perusahaan yang mengarah pada sustainability behavior (Chand dan Fraser, 2006).

Terdapat dua model yang memperdebatkan tentang *Corporate Social Responsibility*, yaitu model Neoklasik Ekonomi dan model Filosofi Moral. Pada Neoklasik ekonomi menganggap bahwa terdapat hubungan yang negatif antara *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja perusahaan karena ada keterbatasan biaya. Dan model Filosofi moral menjelaskan tidak terdapat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan kinerja perusahaan karena tanggung jawab perusahaan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan saja tapi juga kesejahteraan sosial. Pada akhirnya model hibrid yang berdasarkan fakta yang ada, menjelaskan bahwa suatu perusahaan atau organisasi harus mengimplementasikan aktivitas strategi dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan para stakeholder, agar perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih besar pada tarif yang minimum. Dan aktivitas srtategi tersebut adalah *Corporate Social Responsibility*.

Dengan dibukanya AFTA, maka banyak perusahaan asing maupun lokal di Indonesia berlomba-lomba untuk memajukan usahanya, hal ini seperti pisau bermata

dua, di satu sisi perusahaan-perusahaan tersebut mampu mencukupi kebutuhan masyarakat dan dengan sendirinya juga menguntungkan para shareholdernya, namun di sisi lain banyak terjadi pencemaran lingkungan oleh perusahaan-perusahaan tersebut.

Seperti yang kita tahu, ada beberapa perusahaan asing maupun lokal yang menyebabkan pencemaran lingkungan dan sempat menjadi Headline di berita nasional seperti PT. Lapindo Brantas di Sidoarjo, Jawa Timur, Newmont Minahasa Raya di Buyat, Sulawesi, PT. Freeport di Irian Jaya. Kejadian-kejadian ini telah membuka mata Indonesia tentang pentingnya CSR.

Di Indonesia sebagai negara yang terdiri dari perpaduan berbagai kebudayaan dan lingkungan, pemerintah menyadari pentingnya untuk menjaga lingkungan tersebut khususnya perusahaan yang kegiatannya berkaitan erat dengan lingkungan.

Pada periode-periode sebelum tahun 2007 pengungkapan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan masih sekedar bersifat sukarela, untuk itu pemerintah Indonesia pada tahun 2007 mengeluarkan Undang-undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007, yang pasal (1) berbunyi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. dan pasal (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan

dan kewajiban, atau secara singkat menyiratkan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Undang-undang tersebut mewajibkan industri atau korporasi-korporasi untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan merupakan suatu beban yang memberatkan. Perlu diingat bahwa pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Industri dan korporasi berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup

Sejak diterapkannya Undang-undang tersebut satu demi satu perusahaan perseroan terbatas di Indonesia mulai mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan tahunan, khususnya perusahaan yang bidang usahanya yang berkaitan dengan lingkungan.

Maka berdasarkan uraian di atas, penulis mengambil judul "**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan**" dengan alasan untuk mengetahui dampak praktek tanggung jawab sosial terhadap kinerja perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang berdasarkan aspek-aspek yang terkandung dalam *sustainability reporting* perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Perusahaan yang dijadikan sampel adalah perusahaan yang terdaftar dalam LQ 45, namun dikhususkan pada perusahaan non keuangan (baik manufaktur dan non manufaktur) karena pada perusahaan keuangan

memiliki sejumlah operasi yang spesifik dan kompleks dalam pelaporan keuangannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dapat dilihat masih terdapat perdebatan antara model neoklasik dan filosofi moral tentang pengaruh implementasi CSR terhadap kinerja perusahaan maupun strategi perusahaan.

Maka, dari permasalahan dan uraian-uraian tersebut, dapat dirumuskan menjadi masalah :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* memberikan pengaruh terhadap kinerja perusahaan di Indonesia
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* memberikan pengaruh terhadap kinerja perusahaan di Indonesia apabila pengungkapannya dilakukan secara terpisah/parsial

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguatkan penelitian terdahulu (Lorenzo dkk.2008) bahwa CSR memiliki dampak yang positif terhadap kinerja jangka pendek perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan, produktivitas perusahaan dan dalam kinerja jangka panjang berpengaruh positif terhadap *Market to book ratio* perusahaan, sedangkan kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh Praktek-praktek *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Perusahaan non Keuangan yang terdaftar dalam LQ 45 di Indonesia

2. Mengetahui pengaruh jangka pendek dari CSR sebagai referensi indikator kinerja jangka pendek perusahaan yaitu *Asset Turnover* dan *Sales Growth*.
3. Mengetahui pengaruh jangka panjang praktek CSR terkait *market to book ratio*(MB Ratio) perusahaan
4. Mengetahui pengaruh Praktek CSR yang dilakukan di Indonesia apabila menggunakan standard GRI

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi Tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi landasan teori sebagai kerangka acuan pemikiran dalam pembahasan masalah yang akan diteliti dan sebagai dasar analisis yang diambil dari berbagai literatur. Selain berisi landasan teori, bab ini juga berisi penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini terkait kerangka piker teoritis dan hipotesis

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi Variabel penelitian dan definisi operasional dari variabel tersebut, serta populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode

pengumpulan data, dan juga metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil penelitian secara sistematis kemudian dianalisis dengan menggunakan metode penelitian yang telah ditetapkan untuk selanjutnya diadakan pembahasan tentang hasilnya.

BAB V : PENUTUP

Berisi kesimpulan, keterbatasan, dan saran-saran dari hasil penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha. (Freeman dkk., 2004)

Teori *Stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chairiri, 2007).

Teori *stakeholder* lebih mempertimbangkan posisi para stakeholder yang dianggap lebih powerful. Kelompok stakeholder inilah yang menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan dalam mengungkapkan dan/tidak mengungkapkan suatu informasi dalam laporan keuangan. Dalam pandangan teori *stakeholder*, perusahaan memiliki stakeholders, bukan *shareholder* (Belkaoui, 2003). Kelompok-kelompok

stake tersebut menurut mereka meliputi pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok, kreditor, dan masyarakat

Para Stakeholder pada dasarnya memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pemakaian sumber daya ekonomi yang ada di perusahaan. 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 dalam Ghazali dan Chairiri, 2007). Perusahaan melakukan wawancara terhadap para stakeholder untuk mengetahui keinginan-keinginan stakeholder dan menyusun strategi perusahaan untuk memuaskannya.

Corporate Social Responsibility merupakan strategi perusahaan untuk memuaskan keinginan para stakeholder, makin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan maka stakeholder akan makin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai laba.

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori lain yang melandasi *Corporate Social Responsibility* adalah Teori Legitimasi. Teori legitimasi dan teori stakeholder merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Karena pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat (Gray dkk, 1995).

Barkemeyer (2007) mengungkapkan bahwa penjelasan tentang kekuatan teori legitimasi organisasi dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan di negara berkembang terdapat dua hal; pertama, kapabilitas untuk menempatkan motif maksimalisasi keuntungan membuat gambaran lebih jelas tentang motivasi perusahaan memperbesar tanggung jawab sosialnya. Kedua, legitimasi organisasi dapat untuk memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda.

Legitimasi dapat memberikan mekanisme yang kuat untuk memahami pengungkapan sukarela untuk lingkungan dan sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dan pemahaman ini yang nantinya akan mengarah ke debat public yang kritis, lebih jauh lagi teori legitimasi menunjukkan kepada peneliti dan masyarakat luas jalan untuk lebih peka terhadap isi pengungkapan perusahaan. (Villing, 2004).

Praktek *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menyelaraskan diri dengan norma masyarakat. Dengan adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang baik, maka diharapkan perusahaan akan mendapat legitimasi dari masyarakat sehingga dapat meningkatkan kinerja yang bertujuan untuk pencapaian keuntungan perusahaan.

2.2 *Corporate Social Responsibility*

Tindakan perusahaan yang bertujuan pada kebersamaan organisasi dan masyarakat dalam mendapatkan keuntungan kemudian menjadi konsep CSR. Dengan kata lain CSR adalah pengaturan praktek manajemen yang memastikan perusahaan

untuk memaksimalkan dampak positif dalam operasinya pada masyarakat (Jamali dan Mirhsak, 2006).

Istilah Tanggung Jawab Sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai digunakan sekitar tahun 1970an meskipun beberapa aspek dalam tanggung jawab sosial telah ada sampai akhir abad 19, dan bahkan pada periode sebelumnya.(ISO FDIS 26000, 2010) .

Berikut ini adalah gambar sebelum dan sesudah diterapkannya Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 pasal 74 tahun 2007 :



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 tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006).Menurut *Global Compact Initiative* (2002) menyebut pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini (Nugroho, 2007).

CSR adalah Kebiasaan bisnis sukarela yang secara fundametnal melibatkan kewajiban tambahan dan persyaratan administratif untuk resiko bisnis yang kontra produktif dan akan bertentangan dengan prinsip dan peraturan yang lebih baik (The Commision to The European Parliament, the Council and The European Economic and The Social Comitee, 2006) .

Tamam Achda (2007) mengartikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta terus-menerus menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya.

CSR tidak lagi berpijak pada praktek single bottom line yang berorientasi pada kinerja keuangan saja, namun dewasa ini CSR juga telah mengacu pada triple bottom line, yang artinya selain berorientasi pada kinerja keuangan, perusahaan juga berorientasi pada aktivitas sosial dan lingkungan. Hal ini diyakini dapat menjamin keberlanjutan jalannya perusahaan. Namun praktek tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial rata-rata masih dilakukan secara sukarela dan bukan bersifat kewajiban. Praktek secara sukarela tersebut yang dalam konteks bisnis hanya untuk mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan para stakeholder yang meliputi pengurangan dampak buruk pada lingkungan, keselamatan dan kenyamanan tempat bekerja yang dilihat dari sisi fisik dan psikologi khususnya hak dan kebebasan pekerja.

Dengan menganggap hal-hal tersebut sebagai praktek, ditekankan bahwa meskipun tujuannya untuk meningkatkan kesejahteraan sosial, namun berdasarkan

fakta yang ada CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, tujuannya sebenarnya adalah untuk melakukan diferensiasi terhadap kompetitor dan untuk meningkatkan *image* perusahaan yang berdampak pada keuntungan ekonomi yang berhubungan dengan tingkat pengembalian dan laba melalui peningkatan penjualan dari tahun ke tahun.

Seperti yang diungkapkan oleh Jamali dan Mirshak (2006) pertumbuhan perusahaan merupakan bukti yang menunjukkan bahwa perbedaan budaya, yang berkaitan dengan letak negara dan wilayah, mempengaruhi CSR secara dinamis, dengan perusahaan yang memiliki bidang yang berbeda pula serta menunjukkan berbagai reaksi dan respon pada perubahan dalam pandangan bisnis ini

Dalam Pian KS (2010) disebutkan bahwa perbedaan dalam memaknai CSR oleh perusahaan akan menyebabkan perbedaan implementasi CSR antar perusahaan pula, tergantung bagaimana perusahaan tersebut memaknai CSR. Di sinilah letak pentingnya pengaturan CSR di Indonesia, agar memiliki daya atur, daya ikat dan daya dorong. CSR yang semula bersifat *voluntary* perlu ditingkatkan menjadi CSR yang lebih bersifat *mandatory*. Dengan demikian dapat diharapkan kontribusi dunia usaha yang terukur dan sistematis dalam partisipasinya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebaliknya disisi lain, masyarakat juga tidak dapat seenaknya melakukan tuntutan kepada perusahaan, apabila harapannya itu berada diluar batas aturan yang berlaku.

Dalam *Corporate Social Responsibility* juga terdapat model-model. Model yang pertama yaitu model Neoklasik menyatakan bahwa antara CSR dan Kinerja

Perusahaan atau kinerja ekonomi perusahaan memiliki hubungan negatif karena perusahaan menghadapi beberapa ketidakunggulan kompetitif (Auperle dkk, 1985). Dari paradigma tersebut dapat dikatakan bahwa “satu-satunya tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat adalah memaksimalkan laba pada shareholder sesuai dengan aturan hukum dan Negara” (Friedman, 1970)

Model Filosofi Moral secara umum menyatakan bahwa perusahaan memikul tanggung jawab kepada stakeholder, tidak hanya shareholder (Freeman, 1970). Dan dapat menimbulkan kontribusi yang substansial terhadap meningkatkan kesejahteraan sosial, namun kewajiban mereka terbatas pada bidang atau keahlian dan pengaruh langsung. Peneliti lain yang mendukung teori ini menyatakan bahwa perusahaan mendapatkan manfaat atau keuntungan dari pelayanan kepada masyarakat dan mereka memiliki kewajiban pada masyarakat tersebut (Korten, 1996). Model ini menyatakan bahwa pengaruh CSR pada kinerja perusahaan bisa positif namun bisa juga negatif.

Di antara model-model tersebut, ada juga model Hibrid yang menyatakan penggabungan dari Corporate Social Responsibility dapat menciptakan diferensiasi dan keunggulan kompetitif pasar untuk perusahaan, sesuatu yang dapat menjadi bagian dari merk untuk sekarang dan masa depan (Carroll, 1979, 1991). Lebih Spesifik, kontribusi bisnis ini menimbulkan dampak secara langsung pada kesejahteraan masyarakat dan pendapatan perusahaan atau strategi neraca.

2.3 Penelitian Terdahulu

Commission of the European Communities (2001, 2002) menggaris bawahi bahwa karakteristik yang mengindikasikan *Corporate Social Responsibility* adalah konsep dimana perusahaan secara sukarela berkontribusi agar masyarakat menjadi lebih sejahtera dan lingkungan yang lebih bersih. Karakteristik kedua oleh McWilliam dan Siegel (2001) menemukan *Corporate Social Responsibility* sebagai operasi dengan memenuhi bahkan melebihi kewajiban hukum, etikal, komersial dan harapan public dalam menjalankan bisnisnya.

Lebih jauh, *Corporate Social Responsibility* tidak hanya berpengaruh pada manajemen perusahaan, produksi dan aktivitas komersil perusahaan saja tapi juga hubungan dengan stakeholder. (Waddock dkk ,2002) mengaskan bahwa gagasan fundamental dari CSR adalah bisnis perusahaan yang berkewajiban untuk memenuhi kebutuhan, kepentingan dan harapan dari stakeholder yang lebih luas, ”bekerja dengan karyawan, keluarga mereka dan masyarakat”

Beberapa peneliti telah melakukan observasi tentang dampak dan hubungan CSR dengan kinerja perusahaan. seperti Balabanis dkk (1998) menyatakan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang *listing* di *London Stock Exchange* berkorelasi positif dengan profitabilitas perusahaan secara keseluruhan. Namun, hipotesis mengenai ’etika investor’ menunjukkan bahwa pasar modal cenderung tidak tertarik terhadap aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut, hal ini terbukti secara empiris dimana pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap kinerja pasar.

Belkaoui dan Karpik (1989) menemukan hasil (1) pengungkapan sosial mempunyai hubungan yang positif dengan kinerja sosial perusahaan yang berarti bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan sosial, (2) ada hubungan positif antara pengungkapan sosial dengan visibilitas politis, dimana perusahaan besar yang cenderung diawasi akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial dibandingkan perusahaan kecil, (3) ada hubungan negatif antara pengungkapan sosial dengan tingkat *financial leverage*, hal ini berarti semakin tinggi rasio utang/modal semakin rendah pengungkapan sosialnya karena semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit. Sehingga perusahaan harus menyajikan laba yang lebih tinggi pada saat sekarang dibandingkan laba di masa depan. Supaya perusahaan dapat menyajikan laba yang lebih tinggi, maka perusahaan harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya-biaya untuk mengungkapkan informasi sosial).

Namun ada juga beberapa peneliti yang menyatakan bahwa CSR dan kinerja perusahaan memiliki hubungan positif (Lopez dkk, 2007), yang menunjukkan pada kita untuk mempertimbangkan model yang berdasarkan keunggulan kemampuan ekonomi perusahaan untuk menjelaskan paradigma aktivitas *Corporate Social Responsibility*.

Berikut ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dirangkum dalam sebuah tabel yang menunjukkan nama peneliti, tahun penelitian, variabel penelitian, analisis statistic dan hasil penelitian :

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

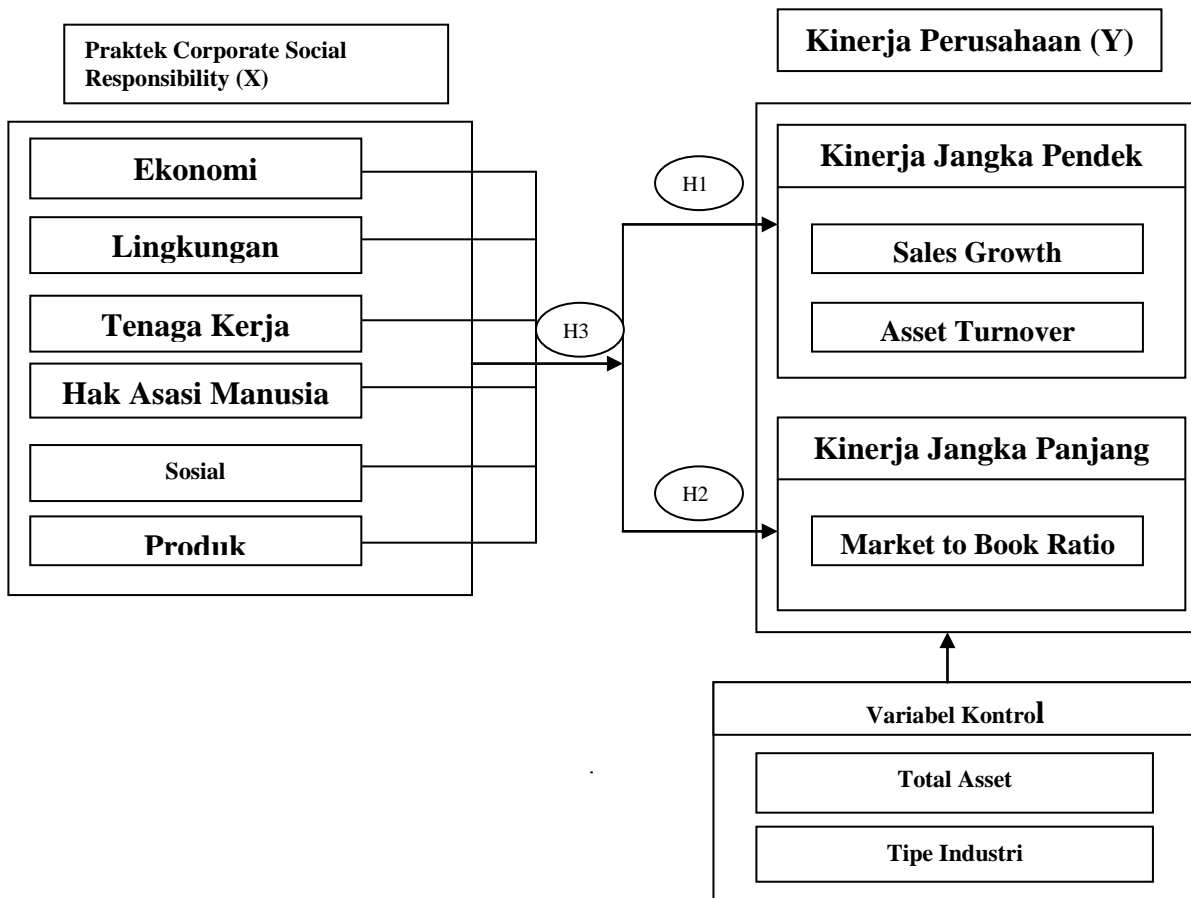
Peneliti	Sumber	Variabel	Analisis Statistik	Hasil Penelitian
Lely Dahlia dan Sylviana Veronica (2008)	Simposium Nasional Akuntansi 11, Pontianak	Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i> Independen : Kinerja Perusahaan (ROE, dan CAR)	Regresi Linier berganda	CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan
Rika Nurlela dan Ishlahudin (2008)	Simposium Nasional Akuntansi 11, Pontianak	Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i> Independen : Nilai Perusahaan	Regresi Linier berganda	CSR secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan,
Balabanis, Phillip, dan Lyall (1988)	Emerald Insight, (www.emeraldinsight.com)	Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i> Independen : Kinerja Keuangan dan Kinerja Pasar	Regresi Linier berganda	CSR berpengaruh positif terhadap Kinerja keuangan perusahaan namun berpengaruh negative terhadap Kinerja pasar perusahaan

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian-uraian yang ditulis sebelumnya, dan permasalahan yang akan diteliti, maka penelitian dapat dirumuskan menjadi kerangka pikiran sebagai berikut

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran



Variabel Proxy untuk Praktek CSR menggunakan index CSR majemuk yang berisi ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial, dan produk. Sedangkan dalam mengukur kinerja perusahaan dalam penelitian ini, untuk jangka pendek menggunakan peningkatan penjualan (*Sales Growth*), peningkatan produktivitas perusahaan (*Asset Turnover*), dan untuk jangka panjang menggunakan rasio nilai buku pasar (*market to book ratio*)

2.5 Pengembangan Hipotesis

Beberapa penulis seperti Davis (1973) menyarankan bahwa dengan mempraktekan tanggung jawab secara sukarela membuat perusahaan akan mendapatkan keunggulan dari pesaing-pesaingnya dalam sisi kompetitif dalam jangka pendek seperti peningkatan dalam produktivitas seperti mengembangkan kemampuannya untuk menarik sumber daya manusia dalam jumlah yang besar, keuntungan penjualan karena pembeli mungkin sangat sensitif terhadap isu-isu sosial dan mengurangi biaya yang diharapkan dapat memperngaruhi hubungan dengan kreditur maupun supplier yang potensial.

Jadi makin baik perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka akan terbangun image perusahaan yang baik di mata konsumen. Konsumen akan mempunyai pandangan yang bagus karena perusahaan telah memperlihatkan kepentingan umum, dengan demikian konsumen tidak keberatan menggunakan produk tersebut. Semakin banyak konsumen menggunakan produk, maka akan meningkatkan penjualan perusahaan.

Dengan demikian hipotesis yang digunakan adalah :

H1 : Terdapat hubungan Positif antara aspek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu ekonomi, lingkungan, hak asasi manusia, tenaga kerja, sosial, dan produk terhadap kinerja perusahaan jangka Pendek

Dampak dari praktek sosial dalam nilai pasar mungkin tidak lebih penting dibandingkan dengan pendapatan saat ini karena kenyataannya cukup sulit untuk memberikan manfaat yang cukup dari tanggung jawab organisasi saat manfaat potensial sangat memungkinkan dalam jangka panjang

CSR merupakan wujud aktivitas perusahaan dalam mencapai tujuannya pendek 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. Dan pembangunan berkelanjutan tersebut memiliki dampak jangka panjang pada perusahaan.

Jadi makin baik perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka investor akan mengetahui bahwa perusahaan tersebut peduli terhadap lingkungan, dan untuk jangka waktu ke depan kondisi perusahaan akan menjadi lebih baik berkaitan dengan isu-isu lingkungan, dan bersedia menambah investasinya sehingga membuat nilai pasar perusahaan menjadi lebih baik. Begitu juga sebaliknya

Sesuai dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa semua terlibat dalam pengungkapan kinerja perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang digunakan adalah :

H2: Terdapat hubungan positif antara aspek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu ekonomi, lingkungan, hak asasi manusia, tenaga kerja, sosial, dan produk terhadap kinerja perusahaan jangka Panjang

Aspek lain yang juga cukup menarik adalah dampak dari pengklasifikasian tiap praktek sosial dalam kinerja perusahaan. Pava dan Krauss (1996) menegaskan bahwa Definisi Drucker tentang *Corporate Social Responsibility* (Drucker, 1989) juga menggaris bawahi adanya dua jenis tindakan tanggung jawab sosial, dimana tindakan yang satu mengarah pada naiknya kinerja perusahaan, dan tindakan yang satu tidak berpengaruh pada kinerja perusahaan.

Tinjauan Pustaka yang dilakukan oleh Pava dan Krauss (1996) memungkinkan peneliti menegaskan bahwa tanggung jawab atas aktivitas lingkungan, tenaga kerja, hubungan dengan konsumen dan kualitas produk berhubungan erat dengan kinerja keuangan, namun tanggung jawab tersebut tidak tidak saling terkait dengan tanggung jawab CSR yang lain.

Lebih jauh, pada penelitian sebelumnya menunjukkan praktek *Corporate Social Responsibility* dengan index reputasi atau dengan mengelompokan semua tanggung jawab bersama-sama dalam satu penilaian akan menyulitkan untuk memperkirakan dampak yang terdapat dalam kinerja ekonomi.

Untuk itu, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3: Terdapat hubungan positif antara aspek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap total kinerja perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian

Variabel merupakan sesuatu yang berbeda atau bervariasi dan seperangkat nilai. Terdapat beberapa tipe variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel independen atau bebas (X) adalah variabel yang menjadi penduga, variabel dependen atau tidak bebas (Y) yaitu variabel yang diperkirakan nilainya, dan Variabel Kontrol. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, Hak Asasi Manusia, Sosial, dan Produk). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja jangka pendek dan kinerja jangka panjang perusahaan dan gabungan dari kedua kinerja tersebut yaitu kinerja total. Serta Terdapat Variabel Kontrol berupa Ukuran Perusahaan dan Tipe Perusahaan.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Penelitian menggunakan pengklasifikasian dan penilaian data yang sesuai dengan GRI (Global Reporting Initiative) tahun 2006. Variabel, praktek *Corporate Social Responsibility* bisa saja menghasilkan pengaruh yang berbeda dalam kinerja perusahaan.

Disini CSR sendiri didefinisikan sebagai bentuk tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggungjawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu

berada ([www.usahakecil.com/pengertian csr](http://www.usahakecil.com/pengertian_csr) ; sumber dari kesimpulan beberapa artikel CSR)

Tabel 3.1

Variabel, Dimensi, Indikator, dan Skala Pengukuran

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Praktek CSR (X)	Ekonomi	Global Reporting Initiative	Interval
	Lingkungan	Global Reporting Initiative	Interval
	Tenaga Kerja	Global Reporting Initiative	Interval
	Hak Asasi Manusia	Global Reporting Initiative	Interval
	Sosial	Global Reporting Initiative	Interval
	Produk	Global Reporting Initiative	Interval
Kinerja Perusahaan (Y)	Penjualan	Sales Growth	Rasio
	Produktivitas	Asset Turnover	Rasio
	Market to Book Ratio	Market to Book Ratio	Rasio

3.3 Variabel Independen

Variabel independennya adalah pengungkapan CSR, dengan menggunakan pengukuran Index CSR Majemuk. Disini variabel Independen yang berupa CSR (Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, Hak Asasi Manusia, Produk, dan Sosial) diukur secara simultan dan parsial pengaruhnya terhadap variabel dependen

Analisis laporan CSR dan kode etik diungkapkan oleh sampel perusahaan dalam web site mereka, hal ini telah menjadi sarana wajib untuk pengungkapan corporate governance dan isu-isu yang lain, sejak edaran, 1/2004 (CNMV/2004) diterbitkan. Peraturan ini mewajibkan perusahaan yang terdaftar untuk menggunakan halaman web mereka sebagai alat komunikasi dengan stakeholders, dan khususnya

dengan shareholdernya sendiri. Dalam konteks internasional, tempat utama dalam pengungkapan biasanya media massa yang diterbitkan sesuai dengan apa yang dikeluarkan melalui website perusahaan tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tilt (2001), analisis mengenai isi laporan annual telah digunakan untuk memeriksa praktek CSR perusahaan dari data yang disediakan dalam dokumen dan laporan pengamatan yang berbeda.

Untuk tujuan ini, suatu *checklist* telah didesain mencakup kategori-kategori tertentu yang sesuai dengan distribusi data perusahaan-perusahaan di Indonesia (economic, environment, labor practices, human rights, society, dan product responsibility) menurut Global Reporting Initiative (2006) sebagai pedoman pengungkapan laporan sosial perusahaan. Ini menggambarkan upaya transasional untuk memperpanjang kredibilitas pelaporan keuangan pada area tanggung jawab sosial dengan menggunakan standar penyusunan pelaporan yang digunakan secara internasional (Robert dan Koeplin, 2007).

Global Reporting Initiative adalah sebuah kerangka pelaporan untuk membuat sustainability reports yang terdiri atas prinsip-prinsip pelaporan, panduan pelaporan dan standard pengungkapan (termasuk di dalamnya indicator kinerja). Elemen-elemen ini dipertimbangkan dengan memiliki kepentingan dan bobot yang sama untuk penilaiannya (GRI Report 2006).

Kategori Pengungkapan CSR menggunakan standar dari GRI (Global Reporting Initiative). GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi,

lingkungan dan sosial sebagai dasar *sustainability reporting* (Dahlia Dan Siregar 2008). Dalam GRI berisi beberapa indikator yaitu :

1. Indikator Kinerja Ekonomi
2. Indikator Kinerja Lingkungan
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia
5. Indikator Kinerja Sosial
6. Indikator Kinerja Produk

Nantinya indikator-indikator CSR tersebut akan dinilai dengan menggunakan variabel Dummy. Cara pemberian kode dummy umumnya menggunakan kategori penilaian yang dinyatakan dengan angka 1 atau 0. Kelompok yang diberi nilai dummy 0 (nol) disebut *excluded group*, sedangkan kelompok yang diberi nilai dummy 1 disebut *included group* (Ghozali 2006).

Dalam indikator tersebut terdapat kategori-kategori yang berjumlah 79 (ekonomi 9 kategori, lingkungan 30 kategori, tenaga kerja 14 kategori, hak asasi manusia 9 kategori, sosial 8 kategori, dan produk 9 kategori) jenis kategori, dan tiap kategori berisi tentang detail yang lebih baik tentang area pengungkapan yang spesifik dan ditandai dengan menggunakan kode 0 atau 1. Nilai 0 diberikan jika tidak ada informasi yang diungkapkan. Dan nilai 1 diberikan jika perusahaan telah melakukan beberapa kegiatan yang sesuai dengan kategori yang dikodekan.

Penghitungan indeks checklist pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebagai berikut :

CSR Indeks = —

CSR Indeks = Indeks Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

V = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan

3.4 Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kinerja Perusahaan yang terbagi dalam jangka pendek dan jangka panjang. Kinerja jangka pendek diukur dengan Peningkatan Penjualan (*Sales Growth*) dan Peningkatan Produktivitas Perusahaan (*Asset Turnover*), sedangkan kinerja jangka panjang diukur dengan Rasio Nilai Buku Pasar (*Market to Book ratio*). Dan dari kinerja jangka pendek dan jangka panjang tersebut ditambahkan dan dijadikan kinerja total yang diukur dengan menggunakan *Total Performance*

Dua model dasar telah dibuat untuk menjelaskan pengaruh dari variabel dependen terhadap beberapa variabel independen. Pada model pertama, semua praktek perusahaan diringkas menjadi satu variabel independen. Peningkatan penjualan pada periode 2008-2009 dinyatakan sebagai variabel dependen, yang tujuannya untuk mengetahui pengaruh praktek CSR. Untuk memperkecil dampak dari kemelencengan pembahasan faktor-faktor tersebut, digunakan variabel kontrol yang menunjukkan ukuran perusahaan, dinyatakan dalam total asset, dan jenis industry dimana perusahaan beroperasi. Ukuran perusahaan dan jenis industry sebagai alat untuk menunjukkan hasil yang signifikan dari variabilitas, karena ukuran perusahaan dan jenis industry sangat dipengaruhi oleh karakter khusus perusahaan.

Model pertama :

$$Y = \text{CSR} + \text{Size} + \text{Industry} + \varepsilon$$

Dimana :

- Y = menunjukkan Variable *Sales Growth*, *AssetTurnover*, *Market to Book Ratio*, dan *Total Performance*
- CSR = variabel numerik yang menunjukkan 6 praktek CSR yang dilakukan oleh perusahaan
- Size_{i;09} = menunjukkan total asset yang dimiliki perusahaan sebagai tingkat ukuran perusahaan
- Industry_{i;09} = menunjukkan sector utama industry dimana perusahaan menjalankan bisnisnya, melalui variabel Dummy

Pada model kedua, enam praktek perusahaan ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, HAM, produk, dan sosial dianggap sebagai variabel independen yang terpisah. Selain itu berpengaruh juga terhadap ukuran perusahaan dan industri perusahaan tersebut beroperasi dikendalikan.

$$Y = \text{Eko} + \text{Lingk} + \text{HAM} + \text{NAKER} + \text{Prod} + \text{Sos} + \text{Size} + \text{Industry} + \varepsilon$$

Dimana Eko, Lingk, HAM, NAKER, Prod, Sos, Size, Industry masing-masing menunjukkan praktek *Corporate Social Responsibility* tentang ekonomi, lingkungan, Hak Asasi Manusia, Ketenagakerjaan, tanggung jawab produk kepada, dan Sosial

Peningkatan Penjualan Diukur dengan rumus :

$$\text{Sales Growth(SGRI)} = \frac{\text{Sales}_{\text{tahun ini}} - \text{Sales}_{\text{tahun sebelumnya}}}{\text{Sales}_{\text{tahun sebelumnya}}}$$

Kemudian Peningkatan Produktivitas diukur dengan :

$$\text{Asset Turnover (ATO)} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aset Bersih}}$$

Sedangkan untuk Rasio nilai buku pasar dapat diukur dengan :

$$\text{Market to Book Ratio (MBR)} : \frac{\text{Nilai Pasar}}{\text{Nilai Buku}}$$

3.5 Populasi

Meskipun beberapa penelitian telah menggunakan perusahaan-perusahaan internasional dalam menganalisis *Corporate social Responsibility*, menurut Jamali dan Mirshak (2006) hasil yang berbeda-beda dari beberapa penelitian terdahulu mungkin karena pengaruh budaya yang terkait dengan wilayah geografis dimana perusahaan tersebut beroperasi. Konsekuensinya, hal itu rasanya lebih tepat jika menganalisis perusahaan pada suatu negara tertentu secara terpisah dan menentukan hubungan antara CSR dan Kinerja perusahaan.

Karena itu, populasi penelitian ini mencakup seluruh perusahaan yang ada di Indonesia, terlepas dari kegiatan mereka. Namun demikian populasi ini diwakili oleh perusahaan non keuangan yang masuk dalam LQ 45 dan ada di BEI (Bursa Efek Indonesia) karena ketersediaan dan kualitas informasi yang dimilikinya.

3.6 Sampel

Sampel yang dipilih yaitu perusahaan-perusahaan mewakili perusahaan non keuangan di Indonesia dan terdaftar dalam LQ 45. Karena perusahaan-perusahaan tersebut lebih memiliki sumber daya yang memadai dan intensif dalam mengadopsi peraturan tindakan tanggung jawab sosial secara sukarela dan perilaku tanggung jawab sosial secara sukarela pula, jadi kurangnya tindakan atau sedikitnya penggunaan dari peraturan tersebut cenderung menunjukkan kesadaran pilihan. Hal itu menjadi sektor aktivitas yang penting di perekonomian Indonesia dan memiliki nilai internasional.

Sampel dari Perusahaan-perusahaan yang berhubungan dengan sektor keuangan dan asuransi tidak diikutsertakan karena mereka memiliki operasi perusahaan yang spesifik, informasi dan peraturan yang tertentu, khususnya mengenai isu dan bahasan tentang penelitian ini, dimana kondisi tersebut berbeda dengan sampel perusahaan-perusahaan non keuangan yang lain.

Data yang diambil pada tahun-tahun tersebut karena Undang-Undang Perseroan Terbatas baru dikeluarkan tahun 2007 dengan kriteria :

1. Perusahaan non keuangan yang terdaftar dalam BEI berturut-turut selama tahun 2008-2009
2. Menyediakan laporan tahunan lengkap baik Annual Report maupun Laporan Keuangan selama tahun 2008-2009

3. Memiliki data yang lengkap tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
4. Tercantum dalam Index LQ 45 selama periode 2008-2009

3.7 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data sekunder yaitu Annual Report dan Laporan Keuangan Konsolidasian yang berasal dari perusahaan-perusahaan non keuangan yang terdaftar dalam BEI tahun 2008 dan 2009 serta masuk dalam jajaran LQ 45. Data-data tersebut didapat dari pojok BEI Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Jumlah Perusahaannya adalah sebanyak 42 perusahaan.

3.8 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan teknik dokumenter. Teknik ini dilakukan dengan cara menelusuri annual report dari perusahaan yang menjadi sampel dan data-datanya berhubungan dengan *Corporate Social Responsibility*, dan juga menggunakan kuesioner dari GRI yang berisi kuesioner tentang kategori-kategori pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Selain itu, metode pengumpulan juga menggunakan studi pustaka yaitu dengan cara mengumpulkan data dengan membaca buku atau bahan-bahan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian.

3.9 Metode Analisis

3.9.1 Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif digunakan untuk melihat informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang ada di Indonesia dan terdaftar dalam

Bursa Efek Indonesia (BEI), dan pengaruhnya secara simultan dan parsial terhadap kinerja perusahaan tersebut.

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik berguna untuk menguji bahwa model regresi linier merupakan model yang baik. Model regresi dikatakan baik apabila terdistribusi secara normal, tidak mengandung multikolinieritas, autokorelasi dan heterokedastisitas. Untuk itu perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu analisis grafik dan uji statistik. (Ghozali, 2005)

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Oleh sebab itu disamping uji grafik, harus dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik yang digunakan yaitu uji

statistik non parametrik KS (Kolomogorov Smirnov) .Uji ini dilakukan dengan membuat hipotesis

H_0 : Data Residual berdistribusi normal

H_A : Data Residual tidak berdistribusi normal

2. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika Varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model Regresi yang baik adalah Homokedastisitas dan tidak terjadi Heterokedastisitas

3. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika Variabel Independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan problem autokorelasi.

3.9.3 Analisis Regresi

Metode Analisis yang digunakan untuk menilai variabilitas pengungkapan Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah menggunakan regresi berganda. Regresi berganda ini digunakan untuk mengukur apakah Variabel independen yang diukur yaitu *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan (Ekonomi, Lingkungan, Hak Asasi Manusia, Tenaga Kerja, Produk, dan Sosial) memiliki pengaruh secara simultan dan parsial terhadap variabel dependen yaitu kinerja jangka pendek dan kinerja jangka panjang perusahaan. Dengan menggunakan variabel control berupa ukuran perusahaan dan tipe perusahaan (tipe industry).

Model Regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis yaitu :

$$Y = \text{CSR} + \text{Size} + \text{Ind} + \varepsilon$$

$$Y = \text{Eko} + \text{Lingk} + \text{HAM} + \text{NAKER} + \text{Prod} + \text{Sos} + \text{Size} + \text{Ind} + \varepsilon$$

Dimana :

- Y = menggambarkan kinerja perusahaan yang diukur dengan *Sales Growth*, *Asset Turnover*, *Market to Book Ratio*, dan penjumlahan dari ketiga kinerja tersebut yaitu *Total Performance*
- CSR = Pengungkapan tanggung Jawab Sosial Perusahaan
- Eko = Pengungkapan tanggung Jawab Sosial Perusahaan aspek ekonomi
- Lingk = Pengungkapan tanggung Jawab Sosial Perusahaan aspek lingkungan
- HAM = Pengungkapan tanggung Jawab Sosial Perusahaan aspek hak asasi manusia
- NAKER = Pengungkapan tanggung Jawab Sosial Perusahaan aspek tenaga kerja
- PROD = Pengungkapan tanggung Jawab Sosial Perusahaan aspek Produk
- SOS = Pengungkapan tanggung Jawab Sosial Perusahaan aspek Sosial
- Size = Ukuran Perusahaan
- IND = Tipe Perusahaan (Tipe industri)
- ϵ = error.

3.9.4 Pengujian Hipotesis

3.9.4.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. 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. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (cross-section) relative rendah karena ada variasi yang besar antara masing-masing pengamatan (Ghozali, 2007)

3.9.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas dimasukkan dalam model yang mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2007). Ghozali juga mengatakan bahwa untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan bahwa apabila nilai F lebih besar daripada 4 maka hipotesis awal ditolak pada tingkat kepercayaan 5%. Dengan kata lain hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen dapat diterima.

3.9.4.3 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji Parsial yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t-test ini pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa

jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen(Ghozali,2007). Uji t-test digunakan untuk menemukan pengaruh paling dominan antara masing-masing variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen dengan tingkat signifikansi 5%.