

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR DISCLOSURE)
TERHADAP KINERJA KEUANGAN
PERUSAHAAN**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

AHMAD HUSNAN
NIM. 12030110151066

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Ahmad Husnan
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110151066
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR DISCLOSURE)
TERHADAP KINERJA KEUANGAN
PERUSAHAAN**

Dosen Pembimbing : Dr.H.Sugeng Pamudji, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, 14 September 2012

(Dr. H.Sugeng Pamudji, S.E., M.Si., Akt)
NIP. 196902141994122001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Ahmad Husnan
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110151066
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR DISCLOSURE)
TERHADAP KINERJA KEUANGAN
PERUSAHAAN**

Dosen Pembimbing : Dr. H.Sugeng Pamudji, S.E., M.Si., Akt.

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 27 Februari 2013

Tim Penguji:

1. Shiddiq Nur Rahardjo, S.E., M.Si., Akt (.....)
2. Dr. Haryanto, S.E., M.Si, Akt (.....)
3. Dr.H.Sugeng Pamudji, M.Si., Akt (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Ahmad Husnan, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan**, adalah 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 itu, 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 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, 8 Maret 2013

Yang membuat pernyataan,

(Ahmad Husnan)

NIM. 12030110151066

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- ✚ “Kehidupan selalu melahirkan sesuatu yang baru, keinginan, hasrat dan kehendak bagi perubahan.”

Mohammad Iqbal

- ✚ Jangan takut jatuh karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh, jangan takut gagal karena yang tidak pernah gagallah yang tidak pernah melangkah, jangan takut salah, karena dengan kesalahan yang pertama kita dapat menambah pengetahuan baru dan cari jalan yang benar pada langkah yang kedua.”

Buya Hamka

- ✚ “And never give up hope of Allah’s soothing mercy truly no one despairs of Allah’s soothing mercy except those who have no faith,”

Qur’an 12 : 87

- ✚ “Hidup itu ibarat naik sepeda, untuk menjaga keseimbangan harus tetap bergerak,”

Albert Einstein

Pebuah coretan kecil yang ku persembahkan untuk:

Kedua orang tuaku tercinta

Kakakku, kakak ipar dan adikku tersayang

Semua yang tak tersebut di sini, yang telah membuatku lebih “belajar”

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan (Return On asset, Return on Equity, Return on Sales dan Current Rasio). Dalam penelitian ini kinerja keuangan perusahaan diukur dengan menggunakan ROA, ROE, ROS dan Current Rasio. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Corporate Social Responsibility dengan 79 pengungkapan menurut GRI, sedangkan variabel dependennya adalah Kinerja Keuangan.

Sampel penelitiannya adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode penelitian tahun 2008-2011. Data dikumpulkan dengan metode dokumenter dan studi pustaka. Adapun sampel yang digunakan adalah 156 perusahaan selama empat periode. Penelitian ini menggunakan regresi linear untuk analisis data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility(CSR) berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA) dan *Return on Sales* (ROS) tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity* (ROE) dan *Current Rasio*.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility, Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), Return on Sales (ROS) dan Current Rasio.*

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure) on corporate financial performance (return on assets, Return on Equity, Return on Sales and Current Ratio). In this study the company's financial performance is measured by using ROA, ROE, ROS and Current Ratio. Independent variables used in this study is the Corporate Social Responsibility with 79 disclosure according GRI, while the dependent variable is financial performance.

Research samples were manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) year study period 2008-2011. Data collected by the method of documentary and literature. The sample used was 156 companies during the four periods. This study uses linear regression to the data analysis.

The results showed that the Corporate Social Responsibility (CSR) significantly influence the Return on Assets (ROA) and Return on Sales (ROS) but no significant effect on Return on Equity (ROE) and the Current Ratio.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), Return on Sales (ROS) and the Current Ratio.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh

Dengan kerendahan hati penulis mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan.”

Dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Atas bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis perkenankan Penulis untuk menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT pencipta dan pemilik alam semesta beserta isinya, atas segala petunjuk, rahmat dan karuniaNya lah penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Prof. Drs. Mohamad Nasir, Msi., Akt., Ph.d, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Shiddiq Nur Rahardjo, SE., M.Si., Akt. Selaku dosen wali.
4. Dr.H.Muchamad Syafruddin,M.Si.,Akt, selaku ketua jurusan akuntansi
5. Dr.H.Sugeng Pamudji, M.Si., Akt, Selaku dosen pembimbing, terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi,

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Seluruh karyawan dan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah membantu dan mempermudah semua urusan yang penulis perlukan,
8. Ayah dan Ibu tercinta yang tiada henti memberikan do'a, semangat dan dukungannya. Semoga kelak penulis dapat membalas semua jerih payah dan dapat membahagiakan ayah dan Ibu dengan membuktikan bahwa penulis pasti "bisa". Dad I Love You, Mom I Love You, forever,
9. Kakakku, kakak ipar dan adikku tersayang. Terimakasih atas saran-saran dan nasihat yang telah disampaikan sebagai wujud perhatian kepada penulis,
10. Bapak Zaenudin dan Bapak Mawardi Muzammil terimakasih atas dukungan dan nasihat yang telah disampaikan sebagai wujud perhatian kepada penulis,
11. Teman-teman reguler 2 kelas transfer 2010. Terimakasih telah menyinari hari-hari penulis sejak semester pertama hingga semester terakhir. Semoga kelak kita semua dapat mewujudkan mimpi-mimpi yang masih terpendam,
12. AMM kota semarang, terimakasih telah menjadi pelangi di kala hujan dan hujan di kala gersang,
13. Semua pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi, yang belum penulis sebutkan di sini. Tanpa kalian penulis tak lebih hanyalah daun yang tak bertangkai,

Semoga semua bantuan, bimbingan, do'a, dukungan dan semangat yang telah diberikan kepada Penulis tersebut mendapat balasan dari Allah SWT. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi pijakan bagi Penulis untuk berkarya lebih baik

lagi dimasa yang akan datang.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 8 Maret 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
HALAM MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1 1.2
Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian	5
1.4 Sistematika Penulisan	6

BAB II TELAAH PUSATAKA

2.1.	Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	8
2.1.1	Signal Theory.....	8
2.1.2	Legitimasi Theory.....	9
2.1.3	Stakeholder Theory.....	12
2.1.4	Corporate Social Responsibility.....	14
2.1.5	Kinerja Keuangan.....	22
2.1.5.1	Return on Asset.....	23
2.1.5.2	Return On Equity.....	24
2.1.5.3	Return On Sales.....	25
2.1.5.4	Current Rasio.....	26
2.2	Penelitian Terdahulu.....	26
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	30
2.4	Hipotesis Penelitian.....	32
2.4.1	Pengaruh Corporate social Responsibility Terhadap Return on Asset (ROA).....	32
2.4.2	Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Return on Equity (ROE).....	32
2.4.3	Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Return on Sales (ROS).....	33
2.4.4	Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Current Rasio (CR).....	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	3
3.1.1	Variabel Independen.....	
3.1.2	Variabel Dependen.....	38

3.1.3	Variabel Control.....	40
3.2.	Populasi dan Sampel.....	41
3.3	Jenis Data dan Sumber Data.....	42
3.3.1	Jenis Data	42
3.3.2	Sumber Data	43
3.4	Metode Pengumpulan Data...	43
3.5	Metode Analisis Data.....	43
3.5.1	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.5.2	Analisis Deskriptif.....	46
3.5.3	Analisis Regresi Berganda.....	46
3.5.4	Pengujian Hipotesis	47
3.5.4.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	47
3.5.4.2	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	48
3.5.5	Koefisien Determinasi	48

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Statistik Deskriptif.....	50
4.2	Analisis Data.....	53
4.2.1	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	54
4.2.2	Model Regresi.....	58
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	59
4.3	Pembahasan.....	61

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan	65
5.2 Keterbatasan Penelitian	66
5.3 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	9.5

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 4.1 : Deskripsi Variabel Penelitian.....	51
TABEL 4.2 : Identifikasi Outlier Variabel.....	54
TABEL 4.3 : Identifikasi Outlier variabel setelah mengeluarkan Outlier.....	55
TABEL 4.4 : Uji Normalitas Data.....	55
TABEL 4.5 : Uji MULTIKOLINIERITAS.....	56
TABEL 4.6 : Uji Heteroskedastitas.....	57
TABEL 4.7 : Uji Autokorelasi.....	58
TABEL 4.8 : Model Penelitian.....	59

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1	: Kerangka Pemikiran.....	29
------------	---------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, pengambilan keputusan ekonomi hanya dengan melihat kinerja keuangan suatu perusahaan, sudah tidak menjadi relevan lagi. Eipstein dan Freedman (1994), dalam Kurnianto (2010) menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Maka dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus. Sarana tersebut dikenal dengan nama laporan keberlanjutan (*sustainability*).

Sustainability reporting merupakan 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) dalam Ajilaksana (2011).

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu bentuk sustainability reporting yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja.

Tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri 2008) dalam Badjuri (2011).

Permasalahan sosial merupakan substansi yang kompleks karena masalah sosial terkait dengan kepentingan berbagai pihak yang saling berhubungan. masalah sosial yang saat ini menjadi sorotan berbagai pihak adalah munculnya isu tanggung jawab sosial dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Dengan di mulainya 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 ketahui, 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 kewajaran, 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 diketahui 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.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Margarita Tsfsoura dan Berkeley (2004) yang meneliti tentang Corporate social responsibility and financial Performance yang Terdaftar di

COMPUSTAT database. Meskipun penelitian ini merupakan replikasi, namun terdapat perbedaan dari penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu mengenai sampel dan variabel dependen dalam penelitian. Penelitian terdahulu menganalisis perusahaan manufaktur pada tahun 1996 sampai 2000, sedangkan penelitian sekarang menganalisis perusahaan manufaktur dengan periode analisis dari tahun 2008 sampai 2011 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan menambahkan variabel kinerja keuangan dengan pengukuran *current Rasio*. Sedangkan Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan alat analisis yang sama.

Maka berdasarkan uraian di atas, penulis mengambil judul "***Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan***".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian adalah :

1. Bagaimana pengaruh pengungkapan aktivitas CSR atau *CSR disclosure* terhadap ROE, ROA, ROS perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
2. Bagaimana pengaruh pengungkapan aktivitas CSR atau *CSR disclosure* terhadap *Current rasio* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- (1) Mengetahui pengaruh pengungkapan aktivitas CSR atau *CSR disclosure* terhadap ROA,ROE dan ROS perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- (2) Mengetahui pengaruh pengungkapan aktivitas CSR atau *CSR disclosure* terhadap *current Rasio*

Sedangkan kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- (1) Dapat memberikan manfaat bagi praktisi untuk meningkatkan kinerja perusahaan melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial,
- (2) dapat meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan,
- (3) Dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori, terutama kajian akuntansi keuangan mengenai *Corporate Social Responsibility* dan konsekuensinya terhadap kinerja keuangan yang dilaporkan,
- (4) Dapat memberikan masukan kepada para pemakai laporan keuangan dan praktisi penyelenggara perusahaan dalam memahami *Corporate Social Responsibility* serta pengaruhnya terhadap kinerja keuangan, sehingga dapat meningkatkan nilai dan pertumbuhan perusahaan bagi penyelenggara perusahaan dan dapat membantu proses pengambilan keputusan bagi pemakai laporan keuangan.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan akan diuraikan sebagai berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang menjelaskan tentang hal-hal pokok yang berhubungan dengan penulisan skripsi, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini merupakan uraian landasan teori yang mendasari *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian mengenai populasi dan sampel penelitian, indentifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data dan teknik analisa.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bab ini menjelaskan secara rinci mengenai gambaran umum subyek penelitian, analisis data dan hasil pembahasan yang dilakukan sesuai dengan alat analisis yang digunakan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan penelitian dan saran yang ditujukan kepada berbagai pihak yang merupakan hasil dari penelitian yang dilakukan sehingga dapat berguna untuk kegiatan lebih lanjut. Juga berisi keterbatasan atau masalah yang dihadapi selama penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Signal Theory*

Teori sinyal menjelaskan bagaimana sinyal-sinyal keberhasilan atau kegagalan manajemen disampaikan kepada pemilik. Dalam hubungan keagenan, manajer memiliki asimetris informasi terhadap pihak eksternal perusahaan termasuk investor dan kreditor. Asimetri informasi terjadi ketika manajer memiliki informasi internal perusahaan yang lebih banyak dan informasi lebih cepat dibandingkan pihak eksternal. Guna mengurangi asimetri informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun nonkeuangan. Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan.

Menurut konsep *signal theory* menyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal sinyal kepada pihak luar perusahaan dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan (Wirakusuma dan Yuniasih 2007). Selain informasi keuangan yang diwajibkan perusahaan juga melakukan pengungkapan yang sifatnya sukarela.

Salah satu dari pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan yaitu pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR ini merupakan sebuah sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak luar perusahaan yang nantinya akan direspon oleh *stakeholder* dan *shareholder*.

2.1.2 *Legitimasi Theory*

Teori legitimasi 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) dalam Badjuri (2011).

Legitimasi dapat memberikan mekanisme yang kuat dalam 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) dalam Ajilaksana (2011).

Praktek *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan mempunyai tujuan 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 mencapai keuntungan perusahaan.

Dowling dan Pfeffer dalam Rinaldy (2011) mengatakan:

“*Legitimasi* merupakan hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan”.

Norma perusahaan selalu berubah mengikuti perubahan dari waktu ke waktu sehingga perusahaan harus mengikuti perkembangannya. Usaha perusahaan mengikuti perubahan untuk mendapatkan legitimasi merupakan suatu proses yang dilakukan secara berkesinambungan. Proses untuk mendapatkan legitimasi berkaitan dengan kontrak sosial antara yang dibuat oleh perusahaan dengan berbagai pihak dalam masyarakat.

Hal ini sesuai dengan pernyataan (Ghozali dan Chariri 2007) dalam Rinaldy (2011) menjelaskan bahwa yang melandasi teori legitimasi merupakan kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi, (Shocker dan Sethi 2004) dalam Rinaldy (2011) memberikan penjelasan mengenai konsep kontrak sosial sebagai berikut :

“Semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial-baik eksplisit maupun implisit dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan kepada :

- 1) hasil akhir (output) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat yang luas.
- 2) distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki”.

Teori legitimasi memfokuskan terhadap interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Dowling dan Prefer, dalam Rinaldy (2011) memberikan alasan logis mengenai legitimasi organisasi sebagai berikut:

“Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi merupakan bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual dan potensial terjadi diantara kedua sistem tersebut, maka ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan”.

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Maka legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Ketika ada perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, legitimasi perusahaan akan berada pada posisi terancam, Rinaldy (2011). Perbedaan yang terjadi ini antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial masyarakat sering dinamakan *”legitimacy gap”* dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatannya.

Perusahaan berusaha memonitor nilai-nilai perusahaan dan nilai-nilai sosial masyarakat dan mengidentifikasi kemungkinan munculnya mengenai *gap* tersebut. Walaupun perlu diingat keberadaan dan besarnya *legitimacy gap* bukanlah merupakan hal yang mudah untuk ditentukan.

Jadi untuk mengurangi *legitimacy gap*, perusahaan harus mengidentifikasi aktivitas yang berada dalam kendalinya. Adapun cara atau media yang efektif untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat yaitu dengan mempublikasikan CSR yang merepresentasikan tanggung jawab lingkungan dan sosial perusahaan. Perusahaan yang terus berusaha untuk memperoleh legitimasi melalui pengungkapan, berharap pada akhirnya akan terus-menerus eksis.

2.1.3 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana manajemen perusahaan memenuhi atau mengelola harapan para *stakeholder*. Gray, Kouhy dan Adams, dalam Rinaldy (2011) mengatakan bahwa :

“Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholder*, maka makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder-nya*”.

Definisi *stakeholder* telah berubah secara substansial. Pada awalnya pemegang saham hanya dipandang sebagai satu-satunya *stakeholder* perusahaan.

Pandangan ini didasarkan pada argumen Friedman dalam Rinaldy (2011) yang mengatakan bahwa tujuan perusahaan yaitu untuk memaksimalkan kemakmuran pemiliknya. Namun demikian, Freeman juga tidak setuju dengan pandangan ini dan memperluas definisi *stakeholder* dengan memasukkan konstituen yang lebih banyak, termasuk kelompok yang dianggap tidak menguntungkan (*adversarial group*), seperti pihak yang memiliki kepentingan tertentu dan regulator.

Jones (1995) dalam Solihin, (2009) mendefinisikan pemangku kepentingan (*stakeholders*) sebagai orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan. Selanjutnya *stakeholders* dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) kategori, yaitu:

1. *Inside stakeholders*, terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Kategori *inside stakeholders* merupakan pemegang saham (*stakeholders*), para manajer (*managers*), dan karyawan (*employers*);
2. *Outside stakeholders*, terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak (*constituencies*) yang bukan milik perusahaan, 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. Kategori *outside stakeholders* merupakan pelanggan

(*customers*), pemasok (*suppliers*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*) dan masyarakat secara umum (*general public*)

Teori *stakeholder* menekankan mengenai akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana. Teori ini menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka, melebihi dan di atas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh *stakeholders*. Salah satu bentuk pengungkapan sukarela yang berkembang dengan pesat saat ini yaitu publikasi CSR. Melalui publikasi CSR (pengungkapan sosial dan lingkungan) perusahaan dapat memberikan informasi yang lebih cukup dan lengkap berkaitan dengan kegiatan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan (Ghozali dan Chariri 2007) dalam Rinaldy (2011).

2.1.4 Corporate Social Responsibility

Corporate social Responsibility merupakan mekanisme bagi suatu perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggungjawab sosial di bidang hukum, Darwin (2004) dalam Kurnianto (2010). Pendapat Friedman, tanggung jawab sosial adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan (*owner*), biasanya dalam bentuk menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan senantiasa mengindahkan aturan

dasar yang digariskan dalam suatu masyarakat sebagaimana diatur oleh hukum dan perundang-undangan. Sebaliknya konsep *triple bottom line* (*profit, planet, people*) yang digagas oleh John Elkington makin masuk ke dalam *mainstream* etika bisnis (Suharto 2008) dalam Kurnianto (2010).

John Elkington dalam Kurnianto (2010) mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity, environmental quality* dan *social justice*. Perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan “3P”. Perusahaan harus mampu memenuhi mengenai kesejahteraan masyarakat (*people*), turut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*), serta mengejar *profit, triple-p bottom line* (3P) dijelaskan sebagai berikut :

1. Profit (keuntungan)

Profit merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Aktifitas yang dapat digunakan untuk meraih *profit* yaitu dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin. Peningkatan produktivitas dilakukan dengan memperbaiki manajemen kerja melalui penyederhanaan proses, mengurangi aktivitas yang tidak efisien, menghemat waktu proses dan pelayanan. Termasuk juga menggunakan material sehemat mungkin dan biaya serendah mungkin

2. People (Manusia)

Masyarakat merupakan *stakeholder* penting bagi perusahaan, karena dukungan mereka sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Masyarakat tidak dapat dipungkiri menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan perusahaan. Perusahaan jika ingin tetap bertahan dan diterima, maka perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat sekitar. Operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat.

3. Planet

Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan manusia. Semua kegiatan yang manusia lakukan berhubungan dengan lingkungan. Lingkungan dapat menjadi teman atau musuh manusia tergantung bagaimana memperlakukannya. Hubungan manusia dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika manusia merawat lingkungan, maka lingkungan pun akan memberikan manfaat kepada manusia. Sebaliknya, jika lingkungan dirusak, maka akan mendapat akibatnya.

Konsep tanggungjawab sosial perusahaan sudah mulai dikenal sejak tahun 1979 yang secara umum diartikan sebagai organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana mereka berada. CSR bukan hanya merupakan kegiatan *karikatif* perusahaan dan kegiatannya tidak

hanya bertujuan untuk memenuhi hukum dan aturan yang berlaku. Lebih dari itu CSR diharapkan memberikan manfaat dan nilai guna bagi pihak – pihak yang mempunyai kepentingan dengan perusahaan. Menurut Pearce and Robinson (2007) dalam Kurnianto (2010) ada sepuluh pihak yang mempunyai kepentingan berbeda dan cara pandang yang berbeda terhadap perusahaan. Sepuluh pihak yang dimaksud adalah *stockholder, creditors, employees, customers, suppliers, governments, unions, competitors, local communities* dan *general public*. Kepentingan yang dimaksud bisa saja klaim secara ekonomi maupun klaim non ekonomi. Pearce and Robinson (2007) dalam Kurnianto (2010) mengelompokkan tanggung jawab sosial ke dalam empat kelompok yaitu sebagai berikut :

- *Economis Responsibility* secara ekonomi tanggungjawab perusahaan adalah menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat dengan harga yang wajar dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.
- *Legal Resposnsibility* dimanapun perusahaan beroperasi tentu saja tidak akan lepas dari peraturan dan undang – undang yang berlaku di tempat tersebut terutama peraturan yang mengatur kegiatan bisnis. Peraturan tersebut terutama yang berkaitan dengan pengaturan lingkungan dan perlindungan konsumen
- *Ethical Responsibility* perusahaan yang didirikan tidak hanya patuh dan taat pada hukum yang berlaku namun juga harus memiliki etika
- *Discrestionary responsibility*, tanggung jawab ini sifatnya sukarela seperti berhubungan dengan masyarakat, menjadi warga negara yang baik, dll.

Dauman dan Hargreaves dalam Januarti dan apriyanti (2005) membagi areal tanggung jawab sosial perusahaan dalam tiga level, yaitu :

1. Basic Responsibility merupakan tanggung jawab yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut, misalnya kewajiban membayar pajak, mematuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham.
2. Organizational Responsibility menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan stakeholder seperti : pekerja, konsumen, pemegang saham, dan masyarakat sekitarnya.
3. Societal Responsibility menjelaskan tahapan etika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dan tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

Darwin (2004) dalam Kurnianto (2010) mengatakan bahwa dalam pelaporan CSR terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial. Kinerja sosial di dalamnya termasuk kepuasan pelanggan, karyawan, penyedia modal dan sektor publik. Kinerja lingkungan di dalamnya termasuk bahan baku, energi, air keragaman hayati, emisi sungai sampah, pemasok dan jasa, pelaksanaan dan angkutan.

Sedangkan (Zhegal dan Ahmed 1990) dalam kurnianto (2010) mengidentifikasi hal – hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan yaitu :

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam dan pengungkapan lain yang berhubungan dengan lingkungan
2. Energi, meliputi konservasi energi dan efisiensi energi
3. Praktik bisnis yang wajar meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas dan tanggungjawab sosial
4. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas dalam kaitan dengan kesehatan, pendidikan dan seni
5. Produk meliputi keamanan, pengurangan polusi dan lain - lain

Sementara itu menurut Ullman (1985) dalam Rinaldy (2011) melakukan penelitian di Jerman menemukan bahwa dari perspektif pekerja, pengungkapan sosial dan lingkungan mencakup kondisi pekerjaan, penghasilan karyawan, jam kerja, pengaruh teknologi kualifikasi dan pelatihan; subsidi yang diterima dari perusahaan, polusi lingkungan dan kontribusi perusahaan pada tujuan sosial.

Menurut Suharto (2008) dalam Kurnianto (2010) dengan menggunakan dua pendekatan minimal ada delapan kategori perusahaan dalam melaksanakan CSR. Pendekatan yang dimaksud dalam hal ini adalah pendekatan porsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR dan tujuan CSR apakah untuk promosi atau pemberdayaan.

1. Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya profit.

– **Perusahaan Minimalis** yaitu perusahaan dengan profit yang rendah dan memiliki anggaran CSR yang rendah

- **Perusahaan Ekonomis** yaitu perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi namun anggaran CSR nya rendah
- **Perusahaan Humanis** yaitu perusahaan yang memiliki profit yang rendah namun memiliki anggaran CSR yang relatif besar
- **Perusahaan Reformis** yaitu perusahaan yang memiliki profit besar dan anggaran CSR yang besar.

2. Berdasarkan tujuan untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat

- **Perusahaan pasif** yaitu perusahaan yang menerapkan CSR dengan tujuan yang tidak jelas. Tetapi bukan untuk promosi bukan pula untuk pemberdayaan masyarakat
- **Perusahaan Impresif** yaitu perusahaan yang melaksanakan CSR dengan tujuan sebagai sarana promosi bagi perusahaan
- **Perusahaan Agresif** yaitu perusahaan yang melaksanakan CSR dengan tujuan utama pemberdayaan masyarakat disamping juga bertujuan promosi
- **Perusahaan Progresif** yaitu perusahaan yang melaksanakan CSR dengan tujuan promosi sekaligus pemberdayaan masyarakat

Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Rinaldy (2011), perusahaan yang termasuk dalam kategori *high profile* merupakan perusahaan yang memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, resiko politik yang tinggi, atau persaingan yang ketat. Sementara Diekers dan Preston dalam Mardi T.W.

(2010) dalam Rinaldy (2011) menyatakan bahwa industri *high profile* meliputi perusahaan yang melakukan aktivitas ekonominya dengan memodifikasi lingkungan, seperti industri ekstraktif, dan lebih sering untuk mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan mereka bila dibandingkan dengan perusahaan – perusahaan yang berada di industri lainya. Perusahaan high profile umumnya menarik perhatian masyarakat karena aktivitas operasinya melibatkan banyak kepentingan. Perusahaan high profile lebih sensitif terhadap keinginan konsumen atau pihak lain yang memiliki kepentingan terhadap produk (Zuhroh dan Putu 2003) dalam Rinaldy (2011). Dapat dikatakan bahwa perusahaan high profile memiliki kemungkinan untuk menimbulkan kerusakan maupun dampak sosial lainnya. Sebagai contoh yaitu perusahaan pertambangan, manajemen hasil hutan, industri kimia, dan industri perkebunan, mempresentasikan industri yang melakukan pengelolaan dampak sosial dengan terus mengingat bahwa operasinya memiliki dampak bagi masyarakat (Mardi T.W 2010) dalam Rinaldy (2011).

Mirfazli (2008) dalam Rinaldy (2011) menyatakan bahwa yang termasuk dalam industri high profile meliputi perusahaan minyak dan pertambangan, perusahaan kimia, kehutanan, produk kertas, otomotif, angkutan udara, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), kesehatan, dan juga transportasi dan pariwisata

Sembiring, (2005) dalam Rakhmawati (2011) yang membagi kalsifikasi perusahaan high profile dan low profile. Perusahaan yang termasuk dalam high profile merupakan perusahaan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media

dan komunikasi, kesehatan, transportasi dan pariwisata. Sedangkan perusahaan yang termasuk dalam perusahaan low profile adalah perusahaan bangunan, keuangan dan perbankan, supplier peralatan medis, retailer tekstil, produk personal dan produk rumah tangga. Perusahaan high profile merupakan perusahaan yang mendapat sorotan dari masyarakat luas karena aktivitas operasinya berpotensi untuk berhubungan dengan masyarakat banyak. Oleh karena itu, pengungkapan tanggung jawab social perusahaan diperlukan sebagai media oleh perusahaan untuk mempertanggungjawabkan pelaporan kegiatan social yang telah diberikan kepada masyarakat.

2.1.5 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan sebagai penentuan ukuran – ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam mengukur kinerja keuangan perlu diakaitkan antara perusahaan dengan pusat pertanggungjawaban . Ermayanti (2009) dalam Kurnianto (2010). Penilaian kinerja keuangan adalah salah satu cara yang dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya kepada para pemilik perusahaan. Dalam evaluasi kinerja keuangan tentunya memerlukan standar tertentu baik bersifat eksternal maupun internal. Standar eksternal mengacu pada *competitive benchmarking* yang merupakan perbandingan perusahaan dengan pesaing utama atau industri . Wright et (1996) dalam Kurnianto (2010). Evaluasi perusahaan yang mengacu pada standar eksternal melalui *competitive benchamarking* memberikan gagasan untuk mengembangkan analisis rasio keuangan perusahaan

individual dengan memepertimbangkan rasio industri. Martono (2002) dalam Kurnianto (2010).

Analisis kinerja perusahaan individual dengan menggunakan pendekatan industri dinilai sangat relevan dalam persaingan industri. Hal ini disebabkan karena kegiatan yang dilakukan perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan namun juga faktor eksternal perusahaan. Salah satu indikator penting yang digunakan dalam persaingan industri adalah daya tarik bisnis (*bussines attractiveness*). Indikator ini dapat diukur dengan rasio profitabilitas dan rasio likuiditas industri yang seperti ROA ,ROE, ROS dan *current Rasio*

2.1.5.1 ROA (*Return on Asset*)

Return on Asset adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang di maksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Return on Asset (ROA) yang negatif disebabkan laba perusahaan dalam kondisi negatif pula atau rugi. Hal ini menunjukkan kemampuan dari modal yang di investasikan secara keseluruhan belum mampu untuk menghasilkan laba.

ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan total aktiva yang dimilikinya. ROA merupakan rasio antara laba sesudah pajak atau *net income after tax* (NIAT) terhadap total asset. Semakin

besar ROA menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik, karena return emakin besar.

Menurut munawir (2006) Secara matematis ROA dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Hal lain yang perlu juga diperhatikan dalam analisis ROA adalah proporsi profit margin dan perputaran aktiva. Komposisi profit margin dan perputaran aktiva berbeda – beda pada setiap perusahaan dan industri, dimana perbedaaan komposisi tersebut dipengaruhi oleh pembatasan kapasitas dan pembatasan kompetisi. Pembatasan kapasitas perusahaan bergantung pada besarnya intensitas modal, sedangkan pembatasan kompetisi dipengaruhi oleh bentuk kompetisi dalam suatu industri.

Perusahaan yang menghadapi pembatasan kapasitas, lebih memilih strategi meningkatkan *profit margin*-nya dibandingkan perputaran aktiva. Sebaliknya, perusahaan yang menghadapi pembatasan karena kompetisi tajam, perusahaan lebih menerapkan strategi perputaran aktiva. Hanafi (2005).

ROA dalam analisa keuangan mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu alat analisis guna mengukur seberapa efisien manajemen dalam menggunakan aktiva untuk menghasilkan laba. ROA memberitahukan kepada

investor tentang seberapa besar laba yang dihasilkan dari modal yang telah ditanamkan.

Hasil dari penghitungan ROA digunakan untuk menghitung seberapa efektif perusahaan mengkonversi uang yang diinvestasikan ke dalam laba bersih. *Return on Asset* merupakan rasio antar laba bersih yang berbanding terbalik dengan keseluruhan aktiva untuk menghasilkan laba.

Keunggulan *Return On Asset* (Munawir 2006) adalah

- a. ROA dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan.
- b. ROA dapat memperbandingkan posisi perusahaan dengan rasio industri sehingga dapat diketahui apakah perusahaan berada dibawah, sama atau di atas rata-rata industri. Hal ini merupakan salah satu langkah dalam perencanaan strategi.
- c. ROA dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Kelemahan *Return On Asset* adalah (Munawir 2006) adalah

- a. ROA sebagai pengukur divisi sangat dipengaruhi oleh metode depresiasi aktiva tetap.
- b. ROA mengandung distorsi yang cukup besar terutama dalam kondisi inflasi. ROA akan cenderung tinggi akibat penyesuaian (kenaikan)

harga jual, sementara itu beberapa komponen biaya masih dinilai dengan harga distorsi.

2.1.4.2 ROE (*Return on Equity*)

Return On Equity merupakan salah satu alat utama investor yang digunakan dalam menilai kelayakan suatu saham. Dalam perhitungannya secara umum ROE dihasilkan dari pembagian laba dengan ekuitas selama satu tahun terakhir. ROE merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi.

Hanafi (2005) dalam menyatakan bahwa ROE dapat memberikan beberapa gambaran mengenai perusahaan antara lain :

1. Kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*profitability*)
2. Efisiensi perusahaan dalam mengelola asset (*asset management*)
3. Hutang yang dipakai untuk melakukan usaha (*financial leverage*)

Menurut Priadi (2008) dalam Kurnianto (2010) rumus perhitungan ROE yaitu :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah modal}}$$

2.1.4.3 ROS (*Return on Sales*)

Return On Sales adalah suatu pengukuran dari setiap satuan nilai penjualan yang tersisa setelah dikurangi oleh seluruh biaya, termasuk bunga dan pajak. Menurut Munawir (1997) ROS diduga mempengaruhi perataan laba, karena secara logis margin ini terkait langsung dengan objek perataan penghasilan.

ROS yang rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan yang tertentu.

Menurut Hanafi (1995) rumus perhitungan Return On Sales bisa yaitu :

$$\text{ROS} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

Return On Sales yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. ROS yang rendah menandakan penjualan yang rendah untuk tingkat biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu, atau kombinasi dari hal tersebut. Secara umum rasio yang rendah bisa menunjukkan ketidakefisienan manajemen. Rasio ini cukup bervariasi dari industri ke industri, sebagai contoh industri retailer cenderung mempunyai profit margin yang lebih rendah dibandingkan dengan industri manufaktur.

2.1.4.4 Current Rasio

Current Rasio atau rasio lancar merupakan salah satu ukuran dari rasio likuiditas. Current Rasio berfungsi untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi hutang jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancarnya. Hanafi dan Halim (2005: p.). Current ratio (CR) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CR} = \frac{\text{Current Asset}}{\text{Current Liabilities}}$$

Semakin besar Current Rasio menunjukkan semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Tingginya Current Rasio menunjukkan keyakinan investor terhadap kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividen yang dijanjikan (Munawir 1997).

2.2 Penelitian Terdahulu

Tsoutsoura (2004) melakukan penelitian mengenai Corporate Social Responsibility and financial Performance. Penelitian ini mencoba untuk memberikan informasi mengenai hubungan antara Corporate Social Responsibility dengan kinerja keuangan perusahaan mulai dari tahun 1996-2000 dengan sampel 422 perusahaan.

Di dalam penelitian ini untuk mengukur CSR adalah dengan menggunakan data peringkat KLD, dimana untuk skor yang lebih rendah 10 bagi perusahaan yang melakukan kesalahan terhadap tanggung jawab sosialnya dan menggunakan Indeks domini dengan memberikan nilai 1 bagi perusahaan yang mengungkapkan CSRnya. Untuk mengukur kinerja keuangan penelitian ini menggunakan Return on asset (ROA), Pengembalian ekuitas (ROE), dan ROS.

Variabel Independen yang digunakan adalah Corporate Social Responsibility dan Variabel Dependennya yaitu kinerja keuangan dengan menggunakan pengukuran ROA, ROE dan ROS. Sedangkan untuk variabel kontrolnya adalah ukuran, jenis industri dan resiko.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara CSR dengan ROA dan ROS, sedangkan yang lainnya yaitu ROE tidak berpengaruh secara signifikan.

Yuniasih dan Wirakusuma (2010) melakukan penelitian mengenai pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility dan good corporate governance sebagai variabel pemoderasi.

Penelitian ini hanya menggunakan 27 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun 2005-2006. Variabel independennya menggunakan ROA, variabel dependennya yaitu Nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan Tobin's Q sedangkan variabel moderasinya yaitu pengungkapan CSR dengan 78 item pengungkapan dan good corporate

governance yang diproksikan dengan kepemilikan manajerial yang diukur dengan persentase kepemilikan saham oleh manajer, direktur, dan komisaris.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *return on asset* terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi terbukti berpengaruh positif terhadap hubungan *return on asset* dan nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial sebagai variabel pemoderasi tidak terbukti berpengaruh terhadap hubungan *return on asset* dan nilai perusahaan dengan kata lain kepemilikan manajerial bukan merupakan variabel pemoderasi.

Crisostomo, freire dan vasconcellos (2010) melakukan penelitian mengenai corporate social responsibility, firm value and financial performance dengan data yang diambil dari lembaga sosial Brasil dan analisis ekonomi(Ibase) selama periode 2001 hingga 2006. Dengan hasil penelitian ini bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan kinerja keuangan.

Badjuri (2011) melakukan penelitian mengenai Faktor-faktor fundamental, mekanisme corporate Governance, pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia. Dengan hasil penelitian bahwa Hanya profitabilitas, size, dan dewan komisaris independen yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan penelitian – penelitian yang telah dilakukan, berikut ringkasan penelitian terdahulu :

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

Pengarang	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
Margarita Tsfrousa dan Berkeley (2004)	Corporate social responsibility and financial Performance	X:CSR. Y:Financial Performance(ROA, ROE, ROS)	Csr berpengaruh signifikan positif terhadap ROA, ROS, dan tidak berpengaruh terhadap ROE
Ni Wayan Yuniasih, Made Gede Wirakusuma (2010)	Pengaruh Kinerja keuangan terhadap Nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR dan GCG sebagai variabel Pemoderasi	X:Kinerja keuangan (ROA). Y:Nilai perusahaan(Tobin'sQ). Variabel moderasi:CSR, dan Good Corporate Governance.	ROA berpengaruh signifikan positif pada Nilai Perusahaan. CSR sebagai variabel moderasi berpengaruh positif terhadap ROA dan nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi berpengaruh positif terhadap ROA dan Nilai perusahaan.

<i>Vicente Lima Crisóstomo, Fátima de Souza Freire, Felipe Cortes de Vasconcellos (2010)</i>	Corporate Social Responsibility, Firm Value and Financial Performance in Brazil	X:CSR. Y:Financial Performance (ROA, ROE) Firm Value(Tobin'sQ).	CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan,
Achmad Badjuri (2011)	Faktor-faktor fundamental, mekanisme corporate Governance, pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia	X:Faktor-faktor Fundamental, Mekanisme Corporate Governance Y:CSR	Hanya variabel profitabilitas, size, dan dewan komisaris independen yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

2.3 Kerangka Pemikiran

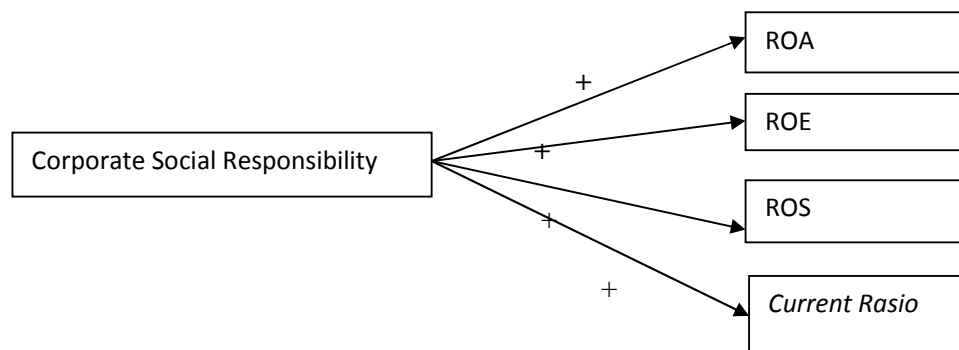
Akhir akhir ini CSR menjadi sangat penting karena banyak investor yang mulai peduli mengenai lingkungan dan bagaimana sebuah perusahaan dapat menjalankan usahanya tanpa merusak lingkungan. Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang baik tentunya juga memiliki tingkat pengungkapan yang lebih baik. Makin baiknya tingkat pengungkapan oleh perusahaan adalah sinyal

positif yang diberikan oleh perusahaan kepada *stakeholder* maupun *shareholder*. Respon positif yang diberikan oleh *stakeholder* berupa kepercayaan dan diterimanya produk – produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga akan meningkatkan ROA, ROE, ROS dan *Current Rasio* perusahaan. Laporan keuangan merupakan alat yang digunakan investor untuk menilai kinerja perusahaan. Dalam laporan keuangan terdapat indikator informasi yang bersifat finansial maupun non finansial. Informasi finansial ini antara lain adalah pelaporan dan pengungkapan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam penelitian ini akan menggunakan ROA, ROE, ROS dan *current Rasio* sebagai proksi untuk kinerja keuangan. Penelitian ini akan mencoba mengungkap bagaimana pengaruh pelaporan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Kerangka berpikir merupakan model berfikir konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai hal penting. Dalam penelitian ini kerangka berfikir akan digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *Return on Assets (ROA)*

Tsoutsoura (2004) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang solid maka perusahaan memiliki lebih banyak sumber daya untuk berinvestasi dalam domain kinerja sosial. Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pihak luar perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Selain informasi keuangan yang diwajibkan, perusahaan juga melakukan pengungkapan yang sifatnya sukarela. Stakeholder theory berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu tanggung jawab kepada para stakeholder. Penelitian ini menggunakan CSR sebagai variabel Independen dengan pemikiran bahwa pasar akan memberikan apresiasi positif yang dapat berdampak kepada peningkatan kinerja dan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H1: Pengungkapan aktivitas CSR (CSR disclosure) berpengaruh positif terhadap ROA.

2.4.2 *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap *Return on Equity (ROE)*

Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang baik memiliki tingkat pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan - perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR. Pengungkapan yang semakin luas akan

memberikan sinyal positif kepada pihak – pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder*) maupun para pemegang saham perusahaan (*shareholder*). Semakin luas informasi yang disampaikan kepada *stakeholder* dan *shareholder* maka akan semakin memperbanyak informasi yang diterima mengenai perusahaan. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan *stakeholder* dan *shareholder* kepada perusahaan. Kepercayaan ini ditunjukkan *stakeholder* dengan diterimanya produk – produk perusahaan sehingga akan meningkatkan laba dan ROE perusahaan.

Menurut Wardhani (2007) dalam Kurnianto (2011) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap ROE perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang melaksanakan CSR yang dapat dilihat dari *Corporate Social Reporting* akan mendapat banyak keuntungan seperti kesetiaan pelanggan dan kepercayaan dari kreditor dan investor. Hal ini akan memicu keuangan perusahaan menjadi lebih baik sehingga laba perusahaan meningkat dan akan diikuti oleh kenaikan ROE dan ROA perusahaan di tahun berikutnya. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Pengungkapan aktivitas CSR (CSR disclosure) berpengaruh positif terhadap ROE.

2.4.3 Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh terhadap Return on Sales (ROS)

Tsoutsoura (2004) mengatakan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap Return on Sales (ROS). Pengungkapan CSR

yang lebih luas setidaknya memberikan informasi kepada publik tentang kepedulian perusahaan terhadap masalah social yang ada. Hal ini pada akhirnya dapat meningkatkan daya jual produk sebagai dampak lanjutan dari kepercayaan dan simpati masyarakat terhadap perusahaan. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Pengungkapan aktivitas CSR (CSR disclosure) berpengaruh positif terhadap ROS.

2.4.4 Corporate Social Responsibility (CSR disclosure) berpengaruh terhadap Current Rasio (CR)

Tingkat likuiditas dapat dipandang dari dua sisi. Kesehatan suatu perusahaan yang dicerminkan dengan tingginya rasio likuiditas (di ukur dengan current Rasio) diharapkan berhubungan dengan luasnya tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan. Hal ini didasarkan dari adanya pengharapan bahwa secara finansial perusahaan yang kuat akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial daripada perusahaan yang lemah. Tetapi sebaliknya, jika likuiditas dipandang sebagai ukuran kinerja, perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas rendah perlu memberikan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan lemahnya kinerja dibanding perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang tinggi. Berdsarkan uraian diatas maka penulis mengajukan hipotesis :

H4 :Pengungkapan aktivitas CSR (CSR disclosure) berpengaruh positif terhadap Current Rasio.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

Variable penelitian dan definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

3.1.1 Variabel Independen (X)

Menurut Sekaran (2003), variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik secara positif ataupun negatif. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*. *Corporate Social Responsibility* merupakan mekanisme bagi suatu perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggungjawab sosial di bidang hukum. Darwin (2004) dalam Kurnianto (2011). Dalam penelitian ini variabel independen yaitu CSR akan diukur dengan menggunakan *Corporate Social Disclosure Index (CSDI)*. Informasi mengenai Corporate Social Disclosure Index (CSDI) yang akan digunakan dalam penelitian ini berdasarkan GRI.

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 (Ajilaksana, 2011).

Global Reporting Initiative merupakan sebuah kerangka pelaporan untuk membuat sustainability reports yang terdiri atas prinsip-prinsip pelaporan, panduan pelaporan dan standard pengungkapan (termasuk di dalamnya indikator kinerja). Elemen-elemen ini dipertimbangkan dengan memiliki kepentingan dan bobot yang sama untuk penilaiannya, GRI Report (2006) dalam Ajilaksana (2011).

Kategori Pengungkapan CSR menggunakan standar dari GRI (Global Reporting Initiative). GRI terdiri dari 6 indikator, Dahlia Dan Siregar (2008) dalam Ajilaksana (2011). Dalam GRI berisi beberapa indikator yaitu :

- a. Indikator Kinerja Ekonomi
- b. Indikator Kinerja Lingkungan
- c. Indikator Kinerja Tenaga Kerja
- d. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia
- e. Indikator Kinerja Sosial
- f. Indikator Kinerja Produk

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.

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).

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.

3.1.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi (Uma Sekaran, 2006). Variable dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja keuangan. kinerja keuangan diartikan sebagai penentuan ukuran – ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam mengukur kinerja keuangan perlu dihubungkan antara perusahaan dengan pusat pertanggungjawaban, Ermayanti, (2009) dalam Ajilaksana (2011).

Pengukuran kinerja keuangan dapat dilakukan dengan penilaian analisis rasio keuangan. Analisis rasio keuangan merupakan dasar untuk menilai dan menganalisis prestasi operasi perusahaan atau kinerja perusahaan. Rasio keuangan dirancang untuk mengevaluasi laporan keuangan, yang berisi data tentang posisi perusahaan pada suatu titik dan operasi perusahaan pada masa lalu. Analisa laporan keuangan merupakan permulaan masa depan bila dilihat dari sudut pandang investor, sedangkan bagi manajemen, bermanfaat untuk membantu mengantisipasi kondisi mendatang dan menjadi titik awal perencanaan tindakan yang akan mempengaruhi jalannya kejadian mendatang

Variabel dependen dalam penelitian ini merupakan kinerja keuangan perusahaan yang diwakili oleh ROA,ROE, ROS satu tahun ke depan dan *Current Rasio* perusahaan. Hal ini disebabkan karena Salah satu indikator penting yang digunakan dalam persaingan industri adalah daya tarik bisnis (*bussines attractiveness*) sehingga indikator ini dapat diukur dengan rasio profitabilitas industri yang seperti ROA dan ROE, ROS dan kemampuan Likuiditas yaitu current rasio. Variabel independen penelitian ini menggunakan pengukuran ROA, ROE, ROS dan Current Rasio karena ingin mengetahui apakah CSR Disclosure ada pengaruhnya terhadap kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total asset, kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu, rasio keuangan yang sering digunakan oleh investor dan manajer untuk menghasilkan laba dengan total saham dan terhadap kemampuan perusahaan dalam membayar hutang jangka pendeknya.

a. ROA (Return On Asset)

ROA adalah mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang di punyai perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya biaya untuk mendanai aset tersebut. ROA bisa diinterpretasikan sebagai hasil dari serangkaian kebijakan perusahaan dan pengaruh dari faktor faktor lingkungan.

Menurut munawir (2006) Secara matematis ROA dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba setelah pajak + Bunga}}{\text{Total Aset rata - rata}}$$

ROA dalam analisa keuangan mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu alat analisis guna mengukur seberapa efisien manajemen dalam menggunakan aktiva untuk menghasilkan laba. ROA memberitahukan kepada investor tentang seberapa besar laba yang dihasilkan dari modal yang telah ditanamkan.

Hasil dari penghitungan ROA digunakan untuk menghitung seberapa efektif perusahaan mengkonversi uang yang diinvestasikan ke dalam laba bersih. *Return on Asset* merupakan rasio antar laba bersih yang berbanding terbalik dengan keseluruhan aktiva untuk menghasilkan laba.

Keunggulan Return On Asset (Munawir, 2006) adalah

- d. ROA dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan.
- e. ROA dapat memperbandingkan posisi perusahaan dengan rasio industri sehingga dapat diketahui apakah perusahaan berada dibawah, sama atau di atas rata-rata industri. Hal ini merupakan salah satu langkah dalam perencanaan strategi.

- f. ROA dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Kelemahan Return On Asset adalah (Munawir,2006) :

- c. ROA sebagai pengukur divisi sangat dipengaruhi oleh metode depresiasi aktiva tetap.
- d. ROA mengandung distorsi yang cukup besar terutama dalam kondisi inflasi. ROA akan cenderung tinggi akibat penyesuaian (kenaikan) harga jual, sementara itu beberapa komponen biaya masih dinilai dengan harga distorsi.

b. ROE (*Return On Equity*)

Dalam penelitian ini digunakan *Return on Equity* (ROE) untuk mengukur profitabilitas perusahaan karena *Return on Equity* (ROE) telah dipublikasikan secara luas, serta rasio keuangan yang sering digunakan oleh investor dan manajer untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. *Return on Equity* (ROE) adalah rasio laba setelah pajak atau *Net Income After Tax* (NIAT) terhadap total modal sendiri (*equity*) yang berasal dari setoran modal sendiri, laba tak dibagi dan cadangan lain yang dikumpulkan oleh perusahaan berakibat atas naiknya harga saham.

Menurut Priadi (2008) dalam Kurnianto (2011) rumus perhitungan ROE adalah :

Laba setelah pajak – Dividen Preferen

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah modal sendiri}}$$

c. **ROS (*Return on sales*)**

ROS menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. ROS yang rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan yang tertentu.

Menurut Hanafi (1995) rumus perhitungan Return On Asset dengan adalah

:

$$\text{ROS} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

Return On Sales yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. ROS yang rendah menandakan penjualan yang rendah untuk tingkat biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu, atau kombinasi dari hal tersebut. Secara umum rasio yang rendah bisa menunjukkan ketidakefisienan manajemen. Rasio ini cukup bervariasi dari industri ke industri, sebagai contoh industri retailer

cenderung mempunyai profit margin yang lebih rendah dibandingkan dengan industri manufaktur.

d. Current Rasio

Rasio yang paling umum digunakan untuk menganalisa posisi modal kerja suatu perusahaan adalah Current rasio yaitu perbandingan antara jumlah aktiva lancar dengan hutang lancar. Rasio ini menunjukkan bahwa nilai kekayaan lancar (yang segera dapat dijadikan uang) ada sekian kalinya hutang jangka pendek. Current rasio 200% kadang kadang sudah memuaskan bagi suatu perusahaan, tetapi jumlah modal kerja dan besarnya rasio tergantung pada beberapa faktor, suatu standar atau rasio yang umum tidak dapat ditentukan untuk seluruh perusahaan. Current rasio 200% hanya merupakan kebiasaan dan akan digunakan sebagai titik tolak untuk mengadakan penelitian atau analisa yang lebih lanjut.

Current rasio ini menunjukkan tingkat keamanan kredit jangka pendek, atau kemampuan perusahaan untuk membayar hutang-hutang tersebut. Tetapi suatu perusahaan dengan current rasio yang tinggi belum tentu menjamin akan dapat dibayarnya hutang perusahaan yang sudah jatuh tempo karena proporsi atau distribusi dari aktiva lancar yang tidak menguntungkan, misalnya jumlah persediaan yang relatif tinggi dibandingkan taksiran tingkat penjualan yang akan datang sehingga tingkat perputaran persediaan rendah dan menunjukkan adanya over investment dalam persediaan tersebut atau adanya saldo piutang yang besar yang mungkin sulit untuk ditagih.

Munawir (1979) mengatakan current rasio yang terlalu tinggi menunjukkan kelebihan uang kas atau aktiva lancar lainnya dibandingkan dengan yang dibutuhkan sekarang atau tingkat likuiditas yang rendah daripada aktiva lancar dan sebaliknya. Jadi penganalisa sebelum membuat kesimpulan yang akhir dari analisa current rasio harus mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut :

1. Syarat yang diberikan oleh kreditur kepada perusahaan dalam mengadakan pembelian maupun syarat kredit yang diberikan oleh perusahaan dalam menjual barangnya.
2. Present value (nilai sesungguhnya) dari aktiva lancar, sebab ada kemungkinan perusahaan mempunyai saldo piutang yang cukup besar tetapi piutang tersebut sudah lama terjadi dan sulit ditagih sehingga nilai realisasinya mungkin lebih kecil dibandingkan dengan yang dilaporkan.
3. Kemungkinan perubahan nilai aktiva lancar, sebab ada kemungkinan perusahaan mempunyai saldo piutang yang cukup besar tetapi piutang tersebut sudah lama terjadi dan sulit ditagih sehingga nilai realisasinya mungkin lebih kecil dibandingkan dengan yang dilaporkan. Current rasio merupakan ukuran mengenai kesanggupan perusahaan membayar hutangnya dalam jangka pendek. Para manajer dalam tugasnya ingin mengetahui likuiditas perusahaan seringkali menggunakan rasio lancar yang menunjukkan kemampuan perusahaan mendanai operasional perusahaan dan melunasi hutang jangka pendeknya.

Dari sudut pandang pemberi pinjaman terdapat anggapan bahwa semakin tinggi nilai rasio lancar, maka semakin baik posisi pemberi pinjaman. Hal ini juga dapat dilihat dari sudut pandang investor, dimana semakin tinggi nilai rasio lancar maka akan memberikan perlindungan terhadap kemungkinan drastis apabila terjadi kegagalan perusahaan.

Current ratio (CR) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CR} = \frac{\text{Current Asset}}{\text{Current Liabilities}}$$

Semakin besar CR menunjukkan semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Tingginya CR menunjukkan keyakinan investor terhadap kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividen yang dijanjikan. (Munawir, 1997).

3.1.3 Variabel *control*

Penelitian ini memasukkan beberapa variabel yang pada penelitian sebelumnya ditemukan berpengaruh pada CSR. Variabel tersebut antara lain : Struktur permodalan perusahaan, Industry dan ukuran perusahaan

- a. Industry menunjukkan sector utama industry dimana perusahaan menjalankan bisnisnya, melalui variabel Dummy
- b. Struktur permodalan perusahaan : diprosikan menggunakan *leverage*
- c. Ukuran Perusahaan (*size*) : diukur menggunakan Logaritma natural nilai buku awal aktiva perusahaan atau (Ln Total Aktiva)

3.2 Populasi dan sampel

Populasi merupakan jumlah keseluruhan obyek (individu-individu) yang karakteristiknya hendak di duga (Ghozali, 2001). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) mulai tahun 2008 – 2011. Alasan pemilihan perusahaan manufaktur karena perusahaan tersebut lebih banyak mempunyai dampak terhadap lingkungan disekitarnya, sebagai akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan. Disamping itu, industri manufaktur merupakan industri dengan jumlah perusahaan terbanyak dibandingkan dengan industri lainnya.

Penelitian ini menggunakan data laporan tahunan tahun 2008 - 2011 dengan pertimbangan bahwa Undang – Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 yang didalamnya memuat kewajiban pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial baru berlaku secara efektif pada akhir tahun 2007. Dengan demikian peneliti menggunakan laporan tahun periode 2008 - 2011 karena pada

tahun tersebut perusahaan dianggap telah mampu dan siap untuk melakukan pengungkapan dan pelaporan tanggung jawab sosialnya di bandingkan dengan tahun 2007.

Teknik dalam pemilihan sampel yang digunakan adalah menggunakan teknik pemilihan sampel non acak / *purposive sampling*, menurut Uma (2004) teknik *purposive sampling* merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Pada penelitian ini sampel yang diambil dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Perusahaan non keuangan yang terdaftar dalam BEI berturut-turut selama tahun 2008-2011
- b. Menyediakan laporan tahunan lengkap baik Annual Report maupun Laporan Keuangan selama tahun 2008 -2011
- c. Memiliki data yang lengkap tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

3.3 Jenis data dan sumber data

3.3.1 Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data dokumenter yaitu jenis data penelitian yang antara lain berupa jurnal, atau dalam bentuk laporan naskah publikasi. Data dokumenter memuat apa dan kapan suatu kejadian atau transaksi, serta siapa yang terlibat dalam suatu kejadian. Data ini diperoleh dari www.idx.co.id

3.3.2 Sumber data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan mulai tahun 2008 sampai 2011 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Indonesia Capital Market Directory* (ICMD). Data – data tersebut digunakan untuk menghitung indeks CSR. *return* perusahaan, *leverage*. data sekunder merupakan data yang telah ada dan tidak perlu dikumpulkan sendiri oleh peneliti (Uma Sekaran , 2006).

3.4 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.

3.5 Metode Analisis Data

Ada 3 analisis yang digunakan dalam analisis ini yaitu Uji statistik deskriptif, Uji asumsi klasik, dan Uji Hipotesis.

3.5.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik untuk mengetahui apakah model regresi memenuhi kriteria *Best, Linear, Unbiased, dan Eficient Estimator* (BLUE), sehingga layak dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana meliputi :

1. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam 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 (Ghozali, 2001).

Pada Penelitian ini menggunakan uji normalitas data dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Uji statistik *non-parametrik Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dilakukan dengan membuat hipotesis (Ghozali, 2001) :

H₀ : Data residual berdistribusi normal

H_A : Data residual tidak berdistribusi normal

Apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 5 %, maka H₀ diterima berarti data residual terdistribusi secara normal.

2. Uji autokorelasi

Bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$. Uji Durbin Watson ini hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat 1 (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya intercept (konstan) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag diantara variabel independen. Hipotesis yang akan diuji adalah : H₀ = tidak ada autokorelasi ($r = 0$), dan H_A = ada korelasi ($r \neq 0$) (Ghozali, 2001).

Dasar pengambilan keputusan dalam uji autokorelasi adalah dengan menggunakan uji *Durbin – Watson*, yaitu :

- a. Angka *Durbin – Watson* dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b. Angka *Durbin – Watson* diantara -2 sampai dengan 2 berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Angka *Durbin – Watson* diatas 2 berarti ada autokorelasi negatif

3. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*). Jika terjadi korelasi maka terdapat problem multikolinearitas dilakukan dengan mendeteksi *Pearson Correlation* antara variabel independen dan dengan melihat nilai VIF ($VIF = 1/tolerance$). Dalam suatu model dikatakan terjadi multikolinearitas jika nilai VIF diatas 10 (Ghozali, 2001).

4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan mengetahui apakah dalam model regresi terdapat kesamaan atau perbedaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada atau tidak adanya pola tertentu pada grafik, apabila tidak ada pola yang jelas (titik meenyebar diatas daan dibawah angka nol pada sumbu Y), maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskesdastisitas adalah melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID), uji glejser, uji white. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskesdastisitas (Ghozali, 2001).

3.5.2 Analisis Deskriptif

Statistik Deskriptif merupakan sebuah pengujian yang memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (Ghozali, 2001).

3.5.3 analisis Regresi Berganda

Hubungan fungsional antara variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen dapat digunakan teknik regresi berganda dengan bantuan program SPSS 12. Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka teoritis yang disajikan sebelumnya, maka model yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

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

Keterangan :

- Y :menggambarkan kinerja perusahaan yang diukur dengan Sales Growth, Asset Turnover, market To Book Ratio, dan penjumlahan dari ketiga rasio 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)
- Lev : Struktur Permodalan
- E :error

3.5.4 Pengujian Hipotesis**3.5.4.1 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,2001). Ghozali juga mengatakan bahwa untuk menguji hipotesis ini digunakan statistic F dengan criteria pengambilan keputusan bahwa apabila nilai F lebih besar daripada 4 maka hipotesis awal ditolak pada tingkat kepercayaan 5%. Dengan kata lain hipotesis alternative yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen dapat diterima.

3.5.4.2 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,2001). Uji t-test digunakan untuk menemukan pengaruh paling dominan antara masing-masing variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen dengan tingkat signifikansi 5%.

3.5.5 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(crossection)

relative rendah karena ada variasi yang besar antara masing-masing pengamatan
(Ghozali,2001)