

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

**(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2011)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

EMERALD DANY SATRIA

NIM. C2C009157

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013**

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

**(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2011)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

EMERALD DANY SATRIA

NIM. C2C009157

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Emerald Dany Satria
Nomor Induk Mahasiswa : C2C009157
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2011)**

Dosen Pembimbing : Drs. Daljono, M.Si., Akt.

Semarang, 4 Oktober 2013

Dosen Pembimbing,

(Drs. Daljono, M.Si., Akt.)

NIP. 196309151993031001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Emerald Dany Satria
Nomor Induk Mahasiswa : C2C009157
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2011)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 22 Oktober 2013

Tim Penguji

1. Drs. Daljono, M.Si., Akt. (.....)
2. Andri Prastiwi, S.E., M.Si., Akt. (.....)
3. Drs. Dul Muid, M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Emerald Dany Satria, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2011)”**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin 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, 30 Agustus 2013

Yang membuat pernyataan,

(Emerald Dany Satria)

NIM. C2C009157

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kasihilah Tuhan, Allahmu, dengan segenap hatimu dan dengan segenap jiwamu dan dengan segenap kekuatanmu dan dengan segenap akal budimu, dan kasihilah sesamamu manusia seperti dirimu sendiri.”

(Matius 22:37,39, Markus 12:30-31, Lukas 10:27)

*“If you have a problem, don't say, “God, I have a big problem!”
but you have to say, “prob, I have a big God!”*

“Do your best and God will do the rest!”

SKRIPSI INI KU PERSEMBAHKAN UNTUK:

Yesus Kristus; Tuhan dan Juru Selamatku..
Papa, mama, dan adikku tercinta; keluarga yang sangat menyayangiku..
Sahabat-sahabatku terkasih; mereka yang selalu setia menemaniku..
Terima kasih..

ABSTRACT

This study aims to determine how the effect of the practice of Corporate Social Responsibility (CSR) by companies to the corporate financial performance, specifically company's short-term profitability (accounting-based view) and company's future profitability (market-based view). In this study, the independent variable CSR that consists of four categories of CSR dimensions according to Clarkson stakeholder framework, namely CSR employee dimension, CSR community dimension, CSR product dimension, and CSR environment dimension will be tested its effect on the dependent variable company's short-term profitability which is proxied by return on assets (ROA) and company's future profitability which is proxied by Tobin's q. This study also used control variables, namely firm size, sales growth, and leverage.

The population in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) period in 2011 with the total sample were 112 companies which determined by purposive sampling method. After processing the data, it was found that as many as 23 samples are outliers and should be excluded from the research, so that the number of samples used in this study to be as many as 89 companies. Data analysis in this research carried out by using the classical assumption, whereas hypothesis testing carried out by using multiple linear regression analysis with two-equation model.

The results of this study show that CSR has no significant effect on the company's short-term profitability but has positive and significant effect on the company's future profitability. This study also found that the company's sales growth has positive and significant effect on company's short-term profitability; leverage has negative and significant effect on the company's short-term profitability, and firm size has positive and significant effect on the company's future profitability.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), short-term profitability, future profitability, firm size, sales growth, leverage

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan yaitu profitabilitas jangka pendek (dari sudut pandang akuntansi/*accounting-based view*) dan profitabilitas masa depan (dari sudut pandang pasar/*market-based view*). Dalam penelitian ini, variabel independen CSR yang terdiri dari empat kategori dimensi CSR menurut kerangka pemikiran *stakeholder* Clarkson yaitu CSR dimensi pegawai, CSR dimensi masyarakat, CSR dimensi produk, dan CSR dimensi lingkungan akan diuji pengaruhnya terhadap variabel dependen profitabilitas jangka pendek perusahaan yang diproksikan oleh *Return on Assets* (ROA) dan profitabilitas masa depan perusahaan yang diproksikan oleh Tobin's *q*. Dalam penelitian ini digunakan pula variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage*.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2011 dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 112 perusahaan yang ditentukan melalui metode *purposive sampling*. Setelah dilakukan pengolahan data, ternyata ditemukan sebanyak 23 sampel yang merupakan *outlier* dan harus dikeluarkan dari penelitian, sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi sebanyak 89 perusahaan. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji asumsi klasik, sedangkan uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan dua model persamaan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan tetapi berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas masa depan perusahaan. Penelitian ini juga menemukan bahwa pertumbuhan penjualan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan; *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan; dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas masa depan perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas jangka pendek, profitabilitas masa depan, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *leverage*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih dan penyertaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2011)”** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak maka skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt., Ph.D selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Bapak Drs. Daljono, M.Si., Akt selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktunya untuk membimbing penulis selama penulisan skripsi ini.

4. Bapak Anis Chariri S.E., M.Com., Akt., Ph.D selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan dan konseling kepada penulis selama masa studi berlangsung.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah membagi ilmunya kepada penulis.
6. Para Staf dan Pegawai Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan berbagai bantuan kepada penulis.
7. Segenap *civitas academica* Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah berkontribusi kepada penulis.
8. Keluarga tercinta; Papa (Djoko Agus Satriyo), Mama (Sri Mulianingsih Hartojo), dan Adik (Dominic Robert Satrio) yang selalu mengasihi, menyemangati, dan mendoakan penulis.
9. Sahabat-sahabat dan teman-teman; Angkatan 2009 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang selalu berbagi dengan penulis (Boyke, Tabung, Roy, Tegar, Henry, Nandana, Bagus, Dhany, Afnan, Madhon, Panca, Dody, Doa, Bimo, Rudi, Teguh, dll).
10. Rekan-rekan bimbingan Bapak Daljono yang telah memberikan kritik dan saran kepada penulis selama penulisan skripsi (Bram, Budi, Taufik, Willyza, Edo, Martantya, Boyke, Jon, Panca, Dhila).
11. Anak-anak KKN Desa Manggungmangu, Kecamatan Plantungan, Kabupaten Kendal yang telah menghabiskan waktu bersama penulis selama satu bulan (Ophi, Onky, Ayu, Titin, Dian, Silmi, Alfu, dan Umi).

12. Kawan-kawan yang selalu setia mendampingi penulis dari waktu ke waktu
(Fendy, Eka, Galih, Lucky, Mifta, Rocky, Markus, Fariz, Tabah, Denta,
Dany Eko, Angga, Fani, Susilo, Eko, Okky, Azwar, Dinda, Yoppie, Peter,
Rendy, Deny, Sheila, Valent, Septi, dll).
13. Semua pihak yang telah berkontribusi kepada penulis namun tidak dapat
penulis sebutkan satu persatu.

Semarang, 1 April 2013

Penulis

2.1.5 Penelitian Terdahulu	33
2.2 Kerangka Pemikiran	39
2.3 Hipotesis	41
2.3.1 Pengaruh CSR Terhadap Profitabilitas Jangka Pendek Perusahaan	41
2.3.2 Pengaruh CSR Terhadap Profitabilitas Masa Depan Perusahaan	43
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	46
3.1.1 Variabel Penelitian	46
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	46
3.1.2.1 Variabel Dependen	46
3.1.2.2 Variabel Independen	48
3.1.2.3 Variabel Kontrol	54
3.2 Populasi dan Sampel	57
3.3 Jenis dan Sumber Data	58
3.4 Metode Pengumpulan Data	58
3.5 Metode Analisis	59
3.5.1 Statistik Deskriptif	59
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	59
3.5.2.1 Uji Normalitas	59
3.5.2.2 Uji Multikolinieritas	60
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	61
3.5.3 Uji Hipotesis	62
3.5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	62
3.5.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)	63
3.5.3.3 Uji F	64
3.5.3.4 Uji t	65
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	66
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	66

4.2 Analisis Data	68
4.2.1 Statistik Deskriptif	68
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	72
4.2.2.1 Uji Normalitas	72
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas	81
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	82
4.2.3 Uji Hipotesis	88
4.2.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)	88
4.2.3.2 Uji F	89
4.2.3.3 Uji t	91
4.3 Interpretasi Hasil	96
4.3.1 Pengaruh CSR Terhadap Profitabilitas Jangka Pendek Perusahaan	96
4.3.2 Pengaruh CSR Terhadap Profitabilitas Masa Depan Perusahaan	99
BAB V PENUTUP	102
5.1 Simpulan	102
5.2 Keterbatasan	104
5.3 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN-LAMPIRAN	111

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu 36
Tabel 3.1	Ringkasan Definisi Operasional Variabel 56
Tabel 4.1	Ringkasan Perolehan Sampel Penelitian 67
Tabel 4.2	Statistik Deskriptif 68
Tabel 4.3	Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Model Pertama (Sebelum Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan) 74
Tabel 4.4	Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Model Kedua (Sebelum Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan) 75
Tabel 4.5	Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Model Pertama (Sesudah Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan) 78
Tabel 4.6	Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Model Kedua (Sesudah Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan) 80
Tabel 4.7	Uji Multikolinieritas 81
Tabel 4.8	Uji Koefisien Korelasi <i>Spearman's Rank</i> Model Pertama 84
Tabel 4.9	Uji Koefisien Korelasi <i>Spearman's Rank</i> Model Kedua 86
Tabel 4.10	Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model Pertama 88
Tabel 4.11	Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model Kedua 88
Tabel 4.12	Uji F Model Pertama 90
Tabel 4.13	Uji F Model Kedua 90
Tabel 4.14	Uji t Model Pertama 92
Tabel 4.15	Uji t Model Kedua 92

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	40
Gambar 4.1 Grafik Histogram Model Pertama (Sebelum Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan)	73
Gambar 4.2 Grafik P-P Plot Model Pertama (Sebelum Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan)	73
Gambar 4.3 Grafik Histogram Model Kedua (Sebelum Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan)	74
Gambar 4.4 Grafik P-P Plot Model Kedua (Sebelum Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan)	75
Gambar 4.5 Grafik Histogram Model Pertama (Sesudah Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan)	77
Gambar 4.6 Grafik P-P Plot Model Pertama (Sesudah Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan)	78
Gambar 4.7 Grafik Histogram Model Kedua (Sesudah Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan)	79
Gambar 4.8 Grafik P-P Plot Model Kedua (Sesudah Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan)	79
Gambar 4.9 Grafik <i>Scatterplot</i> Model Pertama	83
Gambar 4.10 Grafik <i>Scatterplot</i> Model Kedua	85

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Daftar Indikator CSR <i>Golden Hope Plantation Berhard</i>	111
Lampiran B Daftar Perusahaan Sampel	113
Lampiran C Daftar Perusahaan Sampel Outlier	119
Lampiran D Tabulasi Data	121
Lampiran E <i>Return on Assets (ROA)</i>	126
Lampiran F Tobin's q	129
Lampiran G <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	134
Lampiran H CSR Dimensi Pegawai	137
Lampiran I CSR Dimensi Masyarakat	142
Lampiran J CSR Dimensi Produk	147
Lampiran K CSR Dimensi Lingkungan	150
Lampiran L Ukuran Perusahaan	153
Lampiran M Pertumbuhan Penjualan	156
Lampiran N <i>Leverage</i>	159
Lampiran O Output SPSS	162

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberadaan suatu perusahaan secara langsung maupun tidak langsung memiliki dampak yang dirasakan tidak hanya bagi para pemegang saham (*shareholders*) namun juga bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya seperti pegawai, pelanggan, pemerintah, masyarakat, dan lingkungan. Dampak tersebut dapat berupa dampak yang menguntungkan (dampak positif) namun juga dapat berupa dampak yang justru merugikan (dampak negatif). Oleh karena berbagai dampak itulah, sejatinya perusahaan selain berorientasi pada profit (aspek ekonomi) dituntut pula untuk memiliki suatu tanggung jawab, baik kepada *stakeholders* (aspek sosial) maupun kepada lingkungan (aspek lingkungan). Dengan adanya tanggung jawab sosial-lingkungan tersebut, perusahaan diharapkan dapat memberikan timbal balik kepada *stakeholders* maupun lingkungannya atas berbagai dampak yang timbul selama perusahaan beroperasi (*going concern*) sehingga keberadaan perusahaan dapat diterima.

Perwujudan dari tanggung jawab sosial-lingkungan perusahaan secara implisit tercermin melalui praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR didefinisikan sebagai tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat;

mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (*Draft ISO 26000, Guidance on social responsibility 2009:3*).

Istilah CSR mulai digunakan pada tahun 1970-an dan kemudian menjadi semakin populer dengan diterbitkannya buku karangan John Elkington yang berjudul "*Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*" pada tahun 1997. Dalam bukunya tersebut, Elkington mengemas konsep *Triple Bottom Line* yang terdiri dari tiga pilar pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yaitu pertumbuhan ekonomi (*economic growth*), perlindungan lingkungan (*environmental protection*) serta keadilan sosial (*social equity*) ke dalam 3P yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. Menurutnya, perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*) namun juga memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).

Tren globalisasi saat ini yang disertai pula oleh meningkatnya permintaan *stakeholders* terhadap perusahaan untuk melakukan CSR telah mendorong perusahaan untuk terlibat dalam praktik CSR (Chapple dan Moon, 2005 dalam Saleh *et al*, 2010). Era globalisasi menuntut perusahaan untuk terlibat dalam praktik CSR karena dipandang mampu mendukung pembangunan berkelanjutan bagi seluruh umat manusia, sementara *stakeholders* menuntut perusahaan untuk terlibat dalam praktik CSR agar kepentingan mereka lebih diperhatikan.

Saat ini pun CSR telah menjadi isu global yang fenomenal di dunia, dimana kepekaan serta kepedulian terhadap sosial-lingkungan dan juga etika bisnis telah menjadi suatu hal yang fundamental. Berbagai macam isu mengenai CSR yang muncul, sedikit banyak telah mendorong perusahaan untuk menaruh perhatian lebih terhadap CSR.

Salah satu kasus kontroversial berkaitan dengan isu tanggung jawab sosial-lingkungan perusahaan yang terjadi di Indonesia adalah kasus Freeport di Papua. Kasus Freeport diawali dengan penandatanganan kontrak pertambangan antara pemerintah Indonesia dengan perusahaan Amerika yaitu Freeport Sulphur Company melalui anak perusahaannya yang bernama PT Freeport Indonesia Incorporated pada 5 April 1967. Penandatanganan kontrak tersebut membawa kerugian besar bagi negara Indonesia khususnya masyarakat Papua karena melalui kontrak tersebut Freeport tidak hanya berhasil menjarah kandungan sumber daya alam terbesar di Indonesia yaitu emas dan tembaga tetapi juga menimbulkan permasalahan sosial-lingkungan di Papua.

Selama 45 tahun aktivitas pertambangan Freeport di Papua telah menorehkan catatan buruk bagi penegakan Hak Asasi Manusia (HAM) Indonesia di mata internasional. Kerusakan lingkungan, kemiskinan masyarakat lokal, perampokan hak ulayat, kekerasan, dan pembunuhan warga Papua telah menjadi keprihatinan nasional, bahkan internasional (Kompas, 26 November 2011). Disinilah dibutuhkan adanya tanggung jawab sosial-lingkungan oleh Freeport selaku perusahaan agar dapat mengatasi berbagai permasalahan tersebut. Kasus

Freeport setidaknya telah membuka mata pemerintah Indonesia dan dunia akan pentingnya praktik CSR oleh perusahaan.

Di Indonesia kewajiban perusahaan untuk melaksanakan CSR diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang selanjutnya ditetapkan oleh PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Kewajiban untuk melaksanakan CSR juga diberlakukan bagi perusahaan yang melakukan penanaman modal di Indonesia sebagaimana diatur dalam UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Di antara negara-negara di Asia, penetrasi praktik CSR di Indonesia masih tergolong rendah. Pada tahun 2005 saja hanya terdapat 27 perusahaan yang mengungkapkan pelaporan aktivitas CSR-nya. Untuk itulah sejak tahun 2005 Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) Kompartemen Akuntan Manajemen menyelenggarakan *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)*, yaitu penghargaan kepada perusahaan-perusahaan Indonesia yang mampu membuat laporan aktivitas CSR terbaik. Hal tersebut bertujuan untuk mendorong perusahaan-perusahaan di Indonesia agar terlibat dalam praktik CSR dan melaporkan aktivitas CSR yang dilakukannya.

Pada awalnya praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan hanya bersifat sukarela atau sekedar untuk memenuhi kewajiban belaka. Namun kemudian muncul tiga pendapat mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. Pertama, CSR dipandang tidak memiliki pengaruh apapun terhadap kinerja keuangan suatu perusahaan. Hal ini terjadi di lingkungan dimana praktik CSR tidak dihargai dan ketika risiko CSR tidak dapat dinilai (Modigliani dan

Miller, 1958). Kedua, CSR dipandang membawa kerugian bagi perusahaan karena dapat menimbulkan biaya keagenan (*agency cost*) yang memboroskan sumber daya perusahaan sehingga menurunkan kinerja keuangan perusahaan (Barnea dan Rubin, 2010). Ketiga, CSR dipandang mampu menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Keterlibatan perusahaan dalam praktik CSR dianggap dapat mengurangi konflik kepentingan antara manajer, pemegang saham, dan juga *stakeholders* sehingga kinerja keuangan perusahaan akan meningkat (Jensen, 2002; Calton dan Payne, 2003; Scherer *et al.*, 2006; Harjoto dan Jo, 2011).

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba untuk mengungkapkan pengaruh praktik CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Inoue dan Lee (2010) yang meneliti pengaruh dimensi-dimensi CSR yaitu komunitas, keanekaragaman, pegawai, lingkungan, dan produk terhadap kinerja keuangan perusahaan pada keempat sektor industri pariwisata di Amerika Serikat yaitu penerbangan, *casino*, hotel, dan restoran. Mereka menemukan bahwa setiap dimensi CSR yang berbeda memiliki pengaruh yang berbeda pula terhadap kedua indikator kinerja keuangan perusahaan yaitu profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan. Hasil dari penelitian mereka menunjukkan bahwa CSR dimensi komunitas berpengaruh negatif terhadap profitabilitas jangka pendek pada sektor penerbangan, tetapi berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan pada sektor hotel dan restoran; CSR dimensi keanekaragaman berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan pada sektor hotel; CSR dimensi pegawai berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan pada sektor penerbangan;

CSR dimensi produk berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan pada sektor penerbangan, berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka pendek pada sektor restoran, dan berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka pendek maupun profitabilitas masa depan pada sektor hotel.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Saleh *et al.* (2008) yang meneliti hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan perusahaan di Kuala Lumpur Stock Exchange (KLSE) Bursa Malaysia, dimana hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa CSR berhubungan positif signifikan dengan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa dalam hubungan jangka panjang, CSR cenderung tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Di Indonesia sendiri penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan jumlahnya masih sangat terbatas. Salah satu penelitian dilakukan oleh Wijayanti *et al.* (2011) yang meneliti pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2008. Mereka menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) dan *Earning per Share* (EPS) tetapi berpengaruh signifikan positif terhadap *Return on Equity* (ROE).

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penelitian ini ingin membuktikan bagaimana pengaruh dari CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini menggunakan variabel dependen kinerja keuangan perusahaan yang dibedakan menjadi profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan (sesuai dengan penelitian Inoue dan Lee, 2010),

sedangkan variabel independen yang digunakan adalah CSR dengan empat kategori dimensi CSR menurut kerangka pemikiran *stakeholder* Clarkson yaitu CSR dimensi pegawai, CSR dimensi masyarakat, CSR dimensi produk, dan CSR dimensi lingkungan (sesuai dengan penelitian Saleh *et al.*, 2010), serta variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage*.

Penelitian ini menguji pengaruh dari CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan yaitu profitabilitas jangka pendek (dari sudut pandang akuntansi/*accounting-based view*) dan profitabilitas masa depan (dari sudut pandang pasar/*market-based view*). Penelitian ini menggunakan tahun penelitian selama setahun yaitu tahun 2011. Penggunaan tahun penelitian selama setahun tersebut dimaksudkan agar dapat diperoleh hasil pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan pada satu situasi dan kondisi waktu.

1.2 Rumusan Masalah

Saat ini perusahaan selain berorientasi pada aspek ekonomi juga dituntut untuk memiliki suatu tanggung jawab sosial maupun lingkungan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pelaksanaan CSR bagi perusahaan itu sendiri menimbulkan banyak perdebatan terutama apabila dikaitkan dengan kinerja keuangan perusahaan.

Pada satu sisi CSR dianggap mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan karena dapat meredam konflik kepentingan antara manajer, pemegang saham, dan *stakeholders* (Jensen, 2002; Calton dan Payne, 2003; Scherer *et al.*,

2006; Harjoto dan Jo, 2011). Namun pada sisi lainnya CSR dianggap menjadi penyebab menurunnya kinerja keuangan suatu perusahaan karena menimbulkan biaya keagenan (*agency cost*) yang memboroskan sumber daya perusahaan (Barnea dan Rubin, 2010). Pada lingkungan dimana praktik CSR tidak dihargai dan ketika risiko CSR tidak dapat dinilai, CSR juga dipandang tidak memiliki pengaruh apapun terhadap suatu perusahaan (Modigliani dan Miller, 1958).

Berdasarkan uraian-uraian tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh CSR terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh CSR terhadap profitabilitas masa depan perusahaan?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan bukti empiris pengaruh CSR terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan.
2. Memberikan bukti empiris pengaruh CSR terhadap profitabilitas masa depan perusahaan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Menyediakan informasi mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan sehingga dapat digunakan oleh para praktisi dalam menjalankan praktik bisnis sehari-hari.

2. Memberikan kontribusi dalam pengembangan teori yang berkaitan dengan CSR sehingga dapat digunakan oleh para akademisi di bidang akuntansi, manajemen, dan bisnis dalam melakukan penelitian pada masa mendatang.
3. Mendorong perusahaan-perusahaan untuk menaruh perhatian serius serta aktif terlibat dalam praktik CSR sebagai penunjang pembangunan berkelanjutan yang dipercaya dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi hal-hal yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan dalam penelitian ini.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini berisi telaah pustaka yang membahas masalah yang diangkat dalam penelitian ini, mencakup landasan teori sebagai kerangka acuan pembahasan masalah, *review* dari penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis yang akan diuji.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi variabel-variabel penelitian yang digunakan dan juga definisi operasional variabel yang merupakan deskripsi dari

masing-masing variabel, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang merupakan deskripsi model dan mekanisme alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bab ini berisi tentang deskripsi dari objek penelitian, hasil analisis data, serta interpretasi hasil analisis dikaitkan dengan teori yang berlaku.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi simpulan akhir dari hasil analisis data yang telah diperoleh, keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi dalam penelitian, serta saran-saran yang diberikan kepada berbagai pihak yang berkepentingan atas hasil dari penelitian ini.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Pandangan Ekonomi Neoklasik (*Neo-classical Economic View*)

Ekonomi neoklasik merupakan istilah yang sering digunakan dalam pendekatan ilmu ekonomi yang berfokus pada penentuan harga, keluaran (*output*), dan distribusi pendapatan di dalam pasar melalui permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Ekonomi neoklasik seringkali dikaitkan dengan maksimalisasi kegunaan (*maximization of utility*) bagi individu dan maksimalisasi laba (*maximization of profit*) bagi perusahaan. Baik individu atau perusahaan memilih untuk melakukan maksimalisasi kegunaan atau maksimalisasi laba meskipun dibatasi oleh rasionalitas. Adanya maksimalisasi kegunaan atau maksimalisasi laba tersebut menghasilkan keseimbangan pasar (*market equilibrium*) dimana penawaran berpotongan dengan permintaan (Maxfield, 2007).

Dalam pandangan ekonomi neoklasik, maksimalisasi laba dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk memaksimalkan pendapatan (*revenue*) yang diperolehnya dari sejumlah biaya (*cost*) yang dikorbankan untuk memperoleh faktor-faktor produksi. Maksimalisasi laba merupakan proses jangka pendek atau jangka panjang dimana suatu perusahaan menentukan tingkat harga dan keluaran yang dapat menghasilkan laba dalam jumlah besar. Perusahaan biasanya akan mengatur faktor-faktor yang berpengaruh seperti biaya produksi,

harga jual, dan jumlah produk yang dihasilkan sebagai jalan demi mendapatkan laba.

Terdapat beberapa pendekatan dalam maksimalisasi laba salah satunya yaitu pendekatan jumlah pendapatan-biaya (*total revenue-cost approach*). Pendekatan ini bergantung pada fakta bahwa laba adalah sama dengan pendapatan dikurangi dengan biaya dan bagaimana cara untuk memaksimalkan persamaan tersebut itulah yang menjadi fokus utama dalam pendekatan ini. Dengan demikian, menurut pendekatan ini, maksimalisasi laba dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mencapai laba yang maksimal dengan cara meningkatkan pendapatan yang diperoleh perusahaan dan/atau mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan.

Di era globalisasi seperti saat ini, persaingan dalam dunia bisnis begitu ketat. Maksimalisasi laba sudah menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya, bersaing dengan kompetitor, dan menguasai pasar. Perusahaan dapat melakukan maksimalisasi laba dengan cara meningkatkan pendapatan dan/atau mengurangi biaya-biaya.

Sesuai dengan pernyataan tersebut, maka aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh perusahaan dan/atau mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan sehingga akan memaksimalkan laba perusahaan. Berdasarkan alasan-alasan tersebut, penelitian ini menggunakan pandangan ekonomi neoklasik untuk mengembangkan hipotesis mengenai pengaruh CSR terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan.

2.1.2 Pandangan Berbasis Sumber Daya (*Resource-based View*)

Definisi dari sumber daya perusahaan menurut Daft (1983) mencakup semua aset, kapabilitas, proses organisasional, kelengkapan perusahaan, informasi, pengetahuan, dan lain sebagainya yang dikendalikan oleh perusahaan yang memungkinkan perusahaan untuk memahami dan mengimplementasikan strategi untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitasnya. Sumber daya perusahaan yang beraneka ragam tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori: sumber daya modal fisik (*physical capital resources*) (Williamson, 1975), sumber daya modal manusia (*human capital resources*) (Becker, 1964), dan sumber daya modal organisasional (*organizational capital resource*) (Tomer 1987).

Sumber daya modal fisik meliputi teknologi yang digunakan perusahaan, pabrik dan perlengkapan, lokasi geografis, dan akses untuk memperoleh bahan baku. Sumber daya modal manusia meliputi pelatihan, pengalaman, keputusan, kecerdasan, relasi, dan wawasan dalam diri manajer dan pekerja perusahaan. Sumber daya modal organisasional meliputi struktur pelaporan formal perusahaan, rencana formal maupun informal, sistem pengendalian dan koordinasi perusahaan.

Tidak semua aspek dari modal fisik, modal manusia, dan modal organisasional perusahaan merupakan sumber daya strategis yang relevan. Beberapa dari kelengkapan perusahaan tersebut kemungkinan menghalangi suatu perusahaan untuk memahami dan mengimplementasikan strategi yang bernilai (*valuable strategies*) bagi perusahaan (Barney, 1986). Sementara, kelengkapan perusahaan yang lain kemungkinan dapat menuntun perusahaan untuk memahami

dan mengimplementasikan strategi untuk mengurangi efisiensi dan efektifitas perusahaan.

Suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) ketika perusahaan tersebut mengimplementasikan suatu strategi penciptaan nilai (*value creating strategies*) yang belum banyak diimplementasikan oleh pesaing saat ini ataupun pesaing potensial. Kemudian, suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustained competitive advantage*) apabila keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan tersebut tidak dapat ditiru oleh perusahaan lainnya (Barney, 1991).

Pandangan berbasis sumber daya mengasumsikan bahwa heterogenitas dan imobilitas sumber daya perusahaan adalah kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Barney, 1991). Pandangan berbasis sumber daya sebagai dasar dari keunggulan kompetitif perusahaan terutama terletak pada penggunaan serangkaian sumber daya berharga yang tidak berwujud dan tidak dapat dipertukarkan yang dihabiskan oleh perusahaan (Penrose, 1959; Mwilu dan Mercer, 1983; Wernerfelt, 1984; Rumelt, 1984).

Berbagai studi menemukan bahwa praktik CSR yang mencakup dimensi-dimensi CSR berperan untuk menciptakan heterogenitas dan imobilitas sumber daya, seperti pencari kerja yang berkualifikasi tinggi (Backhaus *et al*, 2002), reputasi perusahaan (Brammer dan Millington, 2005), dan penilaian positif konsumen terhadap perusahaan (Sen dan Bhattacharya, 2001). Sebagai akibatnya, akan tercipta sumber daya tidak berwujud yang berdampak pada meningkatnya ekspektasi investor terhadap profitabilitas masa depan perusahaan yang

ditunjukkan dari nilai pasar perusahaan yang tinggi (Luo dan Bhattacharya, 2006). Berdasarkan alasan-alasan tersebut, penelitian ini menggunakan pandangan berbasis sumber daya untuk mengembangkan hipotesis mengenai pengaruh CSR terhadap profitabilitas masa depan perusahaan.

2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.1.3.1 Definisi CSR

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), sebuah asosiasi perusahaan-perusahaan internasional yang terlibat secara langsung dalam bisnis dan pembangunan berkelanjutan mendefinisikan CSR sebagai komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. *Global Reporting Initiative (GRI)*, sebuah organisasi nirlaba yang mempromosikan pembangunan ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berkelanjutan mendefinisikan CSR sebagai sebuah tanggung jawab dari kinerja organisasional perusahaan kepada *stakeholder* internal maupun eksternal untuk tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainability Reporting Guidelines*, 2011:3). Sedangkan ISO 26000 mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan,

sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (*Draft ISO 26000, Guidance on social responsibility 2009:3*).

Sampai saat ini tidak terdapat definisi mengenai CSR yang dapat diterima secara umum dan berlaku secara universal. Hal tersebut kemungkinan disebabkan karena sulitnya menentukan apa saja yang sebenarnya termasuk dalam tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri. Selain itu, setiap individu ataupun kelompok manusia di berbagai belahan dunia memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam memandang CSR yang kemungkinan disebabkan oleh perbedaan budaya. Meskipun tidak terdapat suatu definisi CSR yang bersifat universal namun setidaknya beberapa definisi CSR yang muncul telah memperkaya konsep mengenai CSR itu sendiri.

2.1.3.2 Sejarah CSR

Konsep CSR modern pada awalnya muncul di periode tahun 1950-an dengan diterbitkannya buku karangan Howard R. Bowen yang berjudul "*Social Responsibility of The Businessman*" pada tahun 1953. Saat itu istilah CSR lebih dikenal dengan nama *Social Responsibility* (SR). Tidak disebutkannya kata "*corporate*" dalam istilah tersebut kemungkinan besar karena pengaruh dari korporasi/perusahaan saat itu belum terjadi atau disadari. Dalam bukunya, Bowen memberikan definisi awal dari CSR sebagai kewajiban bagi pengusaha untuk mengikuti kebijakan, membuat keputusan, dan melakukan tindakan yang sejalan dengan tujuan dan nilai yang diinginkan oleh masyarakat. Definisi CSR yang

dikemukakan oleh Bowen tersebut kemudian menjadi acuan dalam berbagai literatur sesudahnya dan berkontribusi besar bagi peletakan pondasi dari CSR.

Pada awal periode tahun 1960-an, isu-isu moral dalam dunia bisnis mengalami peningkatan. Keadaan tersebut menyebabkan semakin luasnya kajian mengenai CSR. Banyak upaya dilakukan untuk memberikan definisi CSR secara formal pada waktu itu. Salah satu akademisi yang terkenal adalah Keith Davis. Davis dikenal karena berhasil memberikan pandangan yang mendalam mengenai CSR dalam hubungannya dengan kekuatan bisnis. Davis (1960) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial pengusaha adalah sama dengan kedudukan sosial yang mereka miliki sehingga dalam jangka panjang, pengusaha yang tidak menggunakan kekuasaannya secara bertanggung jawab sesuai dengan keinginan masyarakat akan kehilangan kekuasaannya. Pada masa ini kata “*corporate*” juga telah dicantumkan sehingga istilah *social responsibility* berubah menjadi *corporate social responsibility*.

Pada tahun 1971, sebuah organisasi politik Amerika Serikat di bidang sosial dan ekonomi yaitu *Committee of Economic Development* (CED) menerbitkan *Social Responsibilities of Business Corporations* yang merupakan kode etik bisnis. Penerbitan kode etik bisnis tersebut didorong oleh adanya anggapan bahwa kegiatan usaha memiliki tujuan dasar untuk memberikan pelayanan yang konstruktif dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan masyarakat. CED merumuskan CSR dengan menggambarannya ke dalam tiga lingkaran konsentris, dimana lingkaran dalam menggambarkan tanggung jawab perusahaan terhadap fungsi ekonomi, lingkaran tengah menggambarkan tanggung jawab

perusahaan untuk memperhatikan perubahan nilai-nilai sosial, dan lingkaran luar menggambarkan tanggung jawab perusahaan untuk lebih terlibat secara aktif dalam peningkatan sosial dan lingkungan.

Periode Tahun 1970-an juga ditandai dengan pengembangan definisi CSR. Di masa tersebut definisi CSR mengalami perkembangan yang cukup baik. Beberapa akademisi mencoba untuk memberikan definisi CSR-nya masing-masing. Seorang akademisi terkemuka pada masa itu, Milton Friedman memandang CSR dari sudut pandang yang berbeda. Friedman (1970) mengatakan:

Ada satu dan hanya satu tanggung jawab sosial dalam bisnis yaitu untuk menggunakan sumber daya yang dimilikinya dan terlibat dalam berbagai aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keuntungan selama itu sesuai dengan peraturan, dengan kata lain terlibat dalam persaingan yang bebas dan terbuka tanpa penipuan atau kecurangan.

Carrol (1979), akademisi besar CSR mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab sosial dalam bisnis yang meliputi ekspektasi ekonomi, legal, etis, dan amal yang dimiliki oleh masyarakat terhadap organisasi pada suatu waktu tertentu.

Upaya-upaya untuk mendefinisikan CSR secara lebih mendalam terjadi pada periode tahun 1980-an. Carrol (1983) memberikan kembali definisi CSR sebagai berikut:

CSR meliputi tingkah laku dari suatu bisnis yang menguntungkan secara ekonomi, taat hukum, etis dan bersifat sosial. Bertanggung jawab sosial berarti bahwa profitabilitas dan ketaatan pada hukum merupakan kondisi utama yang harus dibahas terkait dengan etika perusahaan dan luas dukungan terhadap masyarakat dimana perusahaan berada dengan peranan dari uang, waktu, dan talenta. Dengan demikian, CSR terdiri dari empat bagian: ekonomi, legal, etis, dan amal yang bersifat sukarela.

Peter F. Drucker, seorang ahli di bidang manajemen juga mengemukakan pendapatnya mengenai CSR. Menurutnya tanggung jawab sosial yang benar dalam bisnis adalah untuk mengubah segala permasalahan sosial yang ada menjadi peluang dan manfaat ekonomi, sumber daya manusia yang kompeten, pekerjaan yang layak, dan kesejahteraan (Drucker, 1984).

Pada tahun 1984 muncul teori *stakeholder* yang dikemukakan oleh Freeman. Freeman (1984) dalam teori *stakeholder*-nya menjelaskan keterlibatan dan peranan *stakeholder* dalam mempromosikan CSR. Menurutnya, *stakeholders* yang terdiri dari pelanggan, kompetitor, asosiasi pedagang, media, lingkungan, distributor, pemerintah, lembaga perlindungan konsumen, masyarakat lokal, dan para pebisnis, mempunyai partisipasi aktif yang sangat dibutuhkan dalam keberhasilan implementasi CSR. Teori *stakeholder* merupakan teori yang cukup terkenal dan telah membawa dimensi baru dalam kajian mengenai CSR.

Tahun 1987, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) melalui organisasinya yang bernama *World Commission on Environment and Development* (WCED)/*Brundtland Commission* menerbitkan laporan yang berjudul “*Our Common Future*” atau yang dikenal juga dengan *Brundtland Report*. Laporan tersebut menjadikan isu-isu lingkungan sebagai agenda politik yang bertujuan mendorong diberlakukannya kebijakan pembangunan yang lebih memperhatikan lingkungan. Laporan ini kemudian menjadi dasar diselenggarakannya kerjasama multilateral dalam rangka mewujudkan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Brundtland Report* itu sendiri mendefinisikan pembangunan berkelanjutan sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan sekarang tanpa

mengorbankan kemampuan generasi di masa yang akan datang dalam memenuhi kebutuhannya.

Pada periode tahun 1990-an hanya sedikit definisi mengenai CSR yang muncul. Namun, pada periode tersebut muncul suatu konsep CSR terkenal yaitu “*Triple Bottom Line*” yang dikemukakan oleh John Elkington dalam bukunya yang berjudul “*Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*”. Dalam bukunya tersebut, Elkington (1997) mengemas konsep *Triple Bottom Line* yang terdiri dari tiga pilar pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yaitu pertumbuhan ekonomi (*economic growth*), perlindungan lingkungan (*environmental protection*) serta keadilan sosial (*social equity*) ke dalam 3P yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. Menurutnya, perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*) namun juga memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Konsep “*Triple Bottom Line*” yang dikemukakan oleh Elkington tersebut telah membuat istilah CSR menjadi semakin populer.

Saat ini CSR telah menjadi isu global yang fenomenal dalam dunia bisnis, kepekaan serta kepedulian terhadap sosial-lingkungan dan juga etika bisnis telah menjadi suatu hal yang fundamental. Berbagai macam isu mengenai CSR yang muncul, sedikit banyak telah mendorong perusahaan untuk menaruh perhatian serius terhadap implementasi CSR.

2.1.3.3 Alasan Dilakukannya CSR dan Manfaatnya bagi Perusahaan

Tren globalisasi saat ini yang disertai pula oleh meningkatnya permintaan *stakeholders* terhadap perusahaan untuk melakukan CSR telah mendorong perusahaan untuk terlibat dalam praktik CSR (Chapple dan Moon, 2005 dalam Saleh *et al*, 2010). Era globalisasi menuntut perusahaan untuk terlibat dalam praktik CSR karena dipandang mampu mendukung pembangunan berkelanjutan bagi seluruh umat manusia, sementara *stakeholders* menuntut perusahaan untuk terlibat dalam praktik CSR agar kepentingan mereka lebih diperhatikan.

Berdasarkan tujuannya, ada dua alasan yang mendasari perusahaan untuk melakukan CSR yaitu alasan moral dan alasan ekonomi. Alasan moral pada dasarnya merupakan inisiatif dari suatu perusahaan untuk melakukan CSR yang murni timbul karena kesadaran perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan, sedangkan alasan ekonomi lebih kepada upaya memperkuat reputasi dan citra perusahaan melalui kegiatan CSR yang dilakukannya dan bertujuan untuk menciptakan keuntungan bagi perusahaan tersebut.

Menurut Wibisono (2007) ada sepuluh manfaat yang diperoleh perusahaan dari pelaksanaan CSR yaitu:

1. Mendongkrak Reputasi dan Citra Perusahaan

Perbuatan yang destruktif pasti akan menurunkan reputasi dan citra perusahaan, sebaliknya kontribusi positif pasti akan mendongkrak reputasi dan citra positif perusahaan. Reputasi dan citra positif ini penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.

2. Mendapatkan Ijin/Lisensi Sosial untuk Beroperasi

Masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan keuntungan dari perusahaan maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan sehingga mereka akan memberikan keleluasaan kepada perusahaan untuk menjalankan bisnisnya.

3. Mengurangi Risiko Bisnis Perusahaan

Mengelola risiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang sangat penting bagi kesuksesan perusahaan. Hubungan yang tidak harmonis dengan *stakeholder* akan mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Bila hal yang demikian terjadi, maka akan menimbulkan biaya yang jumlahnya jauh lebih besar daripada anggaran untuk melakukan CSR. Oleh karena itu, pelaksanaan CSR sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan *stakeholder* perlu diperhatikan oleh perusahaan.

4. Memperlebar Akses Sumber Daya Operasional Perusahaan

Track record yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan kompetitif perusahaan yang dapat mempermudah jalan menuju sumber daya yang dibutuhkan perusahaan.

5. Membuka Peluang Pasar yang Lebih Luas

Investasi yang ditanamkan untuk pelaksanaan CSR dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang yang lebih besar, termasuk di dalamnya menembus pangsa pasar baru.

6. Mengurangi Biaya-Biaya

Banyak contoh penghematan biaya yang terjadi dari pelaksanaan CSR. Misalnya dengan mendaur ulang limbah pabrik ke dalam proses produksi akan mampu menghemat biaya produksi di samping juga membantu mengurangi pencemaran lingkungan.

7. Memperbaiki Hubungan dengan *Stakeholder*

Implementasi CSR akan membantu menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholder* sehingga mampu meningkatkan kepercayaan *stakeholder* kepada perusahaan.

8. Memperbaiki Hubungan dengan Pemerintah

Perusahaan yang melaksanakan CSR pada dasarnya akan meringankan beban pemerintah sebagai regulator yang bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan.

9. Meningkatkan Motivasi dan Produktivitas Karyawan

Citra perusahaan yang baik di mata *stakeholder* dan kontribusi positif yang diberikan perusahaan kepada masyarakat serta lingkungan akan menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi karyawan sehingga akan meningkatkan motivasi dan produktivitas kerja mereka.

10. Kesempatan Perusahaan untuk Mendapatkan Penghargaan (*Award*)

Banyaknya penghargaan yang diberikan kepada para pelaku CSR sekarang ini akan menambah kesempatan bagi perusahaan untuk mendapatkan penghargaan.

2.1.3.4 Dimensi-Dimensi CSR

Ketika banyak akademisi memandang CSR secara nondimensional yang melihat aktivitas CSR secara keseluruhan, beberapa akademisi berpendapat bahwa CSR sebenarnya terdiri dari berbagai macam dimensi yang masing-masing mencerminkan kelompok aktivitas CSR yang berbeda. Meskipun demikian, tidak terdapat dimensi CSR yang diterima secara umum dan berlaku secara universal.

Pendapat mengenai dimensi CSR yang pertama kali dikemukakan oleh Carrol (1979), yang menyatakan bahwa aktivitas sukarela yang dilakukan oleh perusahaan dapat dibagi menjadi dua dimensi yaitu etika (*ethical*) dan kemanusiaan (*philanthropic*). Tanggung jawab etika mengacu pada aktivitas perusahaan yang tidak diatur oleh hukum tetapi diharapkan oleh masyarakat agar perusahaan melakukannya, sementara tanggung jawab kemanusiaan mencakup tindakan bebas yang melebihi ekspektasi masyarakat.

Carrol (1991) menyempurnakan gagasannya mengenai dimensi CSR. Menurutnya CSR terdiri dari empat dimensi yaitu ekonomi (*economic*), hukum (*legal*), etika (*ethical*), dan kemanusiaan (*philanthropic*) yang digambarkan dalam bentuk piramida. Keempat dimensi CSR tersebut adalah:

1. Tanggung Jawab Ekonomi

Tanggung jawab ekonomi adalah tanggung jawab sosial perusahaan yang utama dan yang paling penting, merupakan pondasi dasar dari ketiga tanggung jawab yang lainnya, dimana perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menyediakan barang atau jasa yang diinginkan masyarakat dan menjualnya demi memperoleh keuntungan.

2. Tanggung Jawab Hukum

Tanggung jawab hukum semata-mata berhubungan dengan tanggung jawab ekonomi dan mencerminkan ekspektasi masyarakat terhadap perusahaan untuk memenuhi tugas ekonominya dengan batasan yang diatur oleh hukum.

3. Tanggung Jawab Etika

Tanggung jawab etika dari perusahaan meliputi segala aktivitas dan praktik yang diharapkan atau dilarang oleh masyarakat meskipun hal tersebut tidak diatur oleh hukum. Dalam hal ini, perusahaan memiliki kewenangan untuk menghindari hal-hal yang merugikan dan melakukan apa yang benar, tepat, dan wajar.

4. Tanggung Jawab Kemanusiaan

Tanggung jawab kemanusiaan menyangkut segala sesuatu yang tidak diamanatkan secara nyata oleh masyarakat, yang bergantung pada keputusan dan pilihan masing-masing. Meskipun demikian, perusahaan diharapkan untuk memberikan kontribusi keuangan dan SDM untuk masyarakat dan meningkatkan kualitas kehidupannya.

Clarkson (1995) memberikan alternatif lain mengenai dimensi CSR, menurutnya dimensi CSR akan lebih baik jika dinilai dengan menggunakan kerangka *stakeholder*, yaitu suatu kerangka yang menilai bagaimana perusahaan mengelola hubungannya dengan *stakeholder* utama. *Stakeholder* utama yang dimaksud adalah individu, kelompok, dan/atau institusi yang tanpa partisipasi secara terus menerus dari mereka, perusahaan tidak dapat mempertahankan

kelangsungan hidupnya. *Stakeholder* utama meliputi pemegang saham/pemilik, pegawai, pemasok, pelanggan, dan *stakeholder* publik seperti masyarakat dan lingkungan.

Berdasarkan perbedaan hak-hak dan kepentingan untuk masing-masing *stakeholder* utama dalam perusahaan, maka perusahaan perlu menerapkan berbagai macam aktivitas dan kebijakan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan masing-masing *stakeholder* demi mencapai kinerja keuangan yang lebih baik (Peloza dan Papania, 2008). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan untuk setiap *stakeholder* utama yang berbeda menunjukkan dimensi CSR yang berbeda pula (Clarkson, 1995; Peloza dan Papania, 2008).

Berdasarkan analisis terhadap definisi CSR yang ada, Dahlsrud (2006) memberikan pendapatnya mengenai dimensi CSR. Menurutnya, ada lima dimensi CSR yaitu lingkungan (*environmental*), sosial (*social*), ekonomi (*economic*), *stakeholder*, dan kesukarelaan (*voluntariness*).

2.1.3.5 CSR di Indonesia

Di Indonesia kewajiban perusahaan untuk melaksanakan CSR diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang tertuang dalam pasal berikut ini:

Pasal 74 berbunyi:

- (1) *Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.*
- (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.

- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.*
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.*

Selanjutnya, untuk melaksanakan ketentuan dari Pasal 74 ayat (4) UU No. 40 Tahun 2007 tersebut, maka pemerintah menetapkan PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang dituangkan dalam pasal-pasal berikut ini:

Pasal 2 berbunyi:

Setiap Perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pasal 3 berbunyi:

- (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 menjadi kewajiban bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.*
- (2) Kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan Perseroan.*

Pasal 4 berbunyi:

- (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan.*
- (2) Rencana kerja tahunan Perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.*

Pasal 5 berbunyi:

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, dalam menyusun dan menetapkan rencana kegiatan dan anggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (2) harus memperhatikan kepatutan dan kewajaran.*
- (2) Realisasi anggaran untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilaksanakan oleh Perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diperhitungkan sebagai biaya Perseroan.*

Pasal 6 berbunyi:

Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan Perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS.

Pasal 7 berbunyi:

Perseroan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 8 berbunyi:

(1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 tidak menghalangi Perseroan berperan serta melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2.

(2) Perseroan yang telah berperan serta melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang.

Kewajiban untuk melaksanakan CSR juga diberlakukan bagi perusahaan yang melakukan penanaman modal di Indonesia sebagaimana diatur dalam UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang tertuang dalam pasal-pasal berikut ini:

Pasal 15 berbunyi:

Setiap penanam modal berkewajiban:

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

Pasal 17 berbunyi:

Penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup, yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 34 berbunyi:

- (1) *Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa:*
 - a. *peringatan tertulis;*
 - b. *pembatasan kegiatan usaha;*
 - c. *pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; atau*
 - d. *pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.*
- (2) *Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.*
- (3) *Selain dikenai sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseorangan dapat dikenai sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.*

Di antara negara-negara di Asia, penetrasi praktik CSR di Indonesia masih tergolong rendah. Pada tahun 2005 saja hanya terdapat 27 perusahaan yang mengungkapkan pelaporan aktivitas CSR-nya. Untuk itulah sejak tahun 2005 Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) Kompartemen Akuntan Manajemen menyelenggarakan *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)*, yaitu penghargaan kepada perusahaan-perusahaan Indonesia yang mampu membuat laporan aktivitas CSR terbaik. Hal tersebut bertujuan untuk mendorong perusahaan-perusahaan di Indonesia agar terlibat dalam praktik CSR dan melaporkan aktivitas CSR yang dilakukannya.

2.1.4 Kinerja Keuangan Perusahaan

Kinerja keuangan perusahaan didefinisikan sebagai kelangsungan hidup keuangan dari suatu perusahaan, atau tahapan dimana suatu perusahaan mencapai tujuan ekonominya (Price dan Mueller, 1986; Venkatraman dan Ramanujam 1986). Pada dasarnya, kinerja keuangan perusahaan menggambarkan baik atau

buruknya kondisi keuangan perusahaan dan mencerminkan pencapaian prestasi perusahaan dalam menghasilkan laba pada suatu periode tertentu yang diukur dengan menggunakan alat pengukur kinerja keuangan. Kinerja keuangan perusahaan juga digunakan sebagai media pengukuran subjektif yang menggambarkan efektifitas penggunaan aset oleh sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnis utama dan meningkatkan pendapatannya (Setiowati, 2009).

Kinerja keuangan merupakan bagian penting dari perusahaan karena merupakan dasar dalam pengambilan keputusan bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan pengukuran terhadap kinerja keuangannya.

Alat analisis yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan adalah rasio keuangan. Rasio keuangan mengukur kinerja keuangan perusahaan berdasarkan perbandingan data keuangan yang terdapat dalam laporan keuangan, dimana perbandingan tersebut menunjukkan bagaimana kondisi keuangan suatu perusahaan. Meskipun menggunakan data yang bersifat historis, sebenarnya rasio keuangan bertujuan untuk menilai kondisi keuangan perusahaan pada saat ini dan di masa yang akan datang.

Secara umum rasio keuangan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratio*)

Rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menjamin kewajiban lancarnya. Contoh rasio likuiditas yaitu rasio kas (*cash ratio*), rasio cepat (*quick ratio*), dan rasio lancar (*current ratio*).

2. Rasio Solvabilitas/*Leverage* (*Solvability/Leverage Ratio*)

Rasio solvabilitas/*leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menjamin seluruh kewajibannya, baik kewajiban lancar maupun kewajiban jangka panjang. Contoh rasio solvabilitas/*leverage* yaitu rasio total utang terhadap modal (*total debt to equity ratio*) dan rasio total utang terhadap aset (*total debt to capital assets ratio*).

3. Rasio Perputaran (*Turnover Ratio*)

Rasio perputaran digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan dalam mengelola aset-asetnya. Contoh rasio perputaran yaitu rasio perputaran persediaan (*inventory turnover ratio*), dan rasio perputaran total aset (*total assets turnover ratio*).

4. Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*)

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Contoh rasio profitabilitas yaitu *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM).

5. Rasio Nilai Pasar (*Market Value Ratio*)

Rasio nilai pasar digunakan untuk mengukur harga pasar saham perusahaan relatif terhadap nilai buku, laba, dan dividen. Contoh rasio nilai pasar yaitu *Price to Book Value* (PBV), *Price Earning Ratio* (PER), dan *Dividend Payout Ratio* (DPR).

Menurut Al-Tuwajiri (2003), kinerja keuangan perusahaan dapat dilihat dalam dua pengukuran yaitu:

1. Pengukuran Kinerja Keuangan Berbasis Akuntansi (*Accounting-based Measures*)

Pengukuran kinerja keuangan berbasis akuntansi, seperti ROA, mencerminkan profitabilitas jangka pendek perusahaan atau efisiensi manajemen, dan menyediakan informasi secara langsung mengenai bagaimana alokasi dari sumber daya tertentu menghasilkan laba perusahaan saat ini. Pengukuran kinerja keuangan berbasis akuntansi lebih banyak digunakan karena data akuntansi dapat diperoleh dengan mudah untuk perusahaan yang terdaftar di pasar modal, selain itu angka-angka akuntansi juga digunakan oleh manajer untuk membuat keputusan dan memberikan pemahaman tentang *economic rates of return* (Horowitz, 1984 dan Jacobson, 1987).

2. Pengukuran Kinerja Keuangan Berbasis Pasar (*Market-based Measures*)

Pengukuran kinerja keuangan berbasis pasar, seperti Tobin's q , mengungkapkan bagaimana para investor menilai kemampuan perusahaan untuk menciptakan laba di masa depan sehingga mencerminkan penilaian pasar terhadap profitabilitas perusahaan di masa depan. Pengukuran kinerja berbasis pasar menunjukkan kinerja keuangan perusahaan yang lebih akurat daripada menggunakan pengukuran berbasis akuntansi (Rowe dan Morrow Jr., 1999).

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba untuk mengungkapkan pengaruh praktik CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian-penelitian tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Inoue dan Lee (2010) meneliti pengaruh dimensi-dimensi CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan pada industri pariwisata di Amerika Serikat. Penelitian tersebut bertujuan untuk memisahkan CSR ke dalam lima dimensi berdasarkan aktivitas sukarela yang dilakukan oleh perusahaan untuk kelima isu stakeholder utama yang dikemukakan oleh Clarkson (1995) yaitu relasi dengan pegawai, kualitas produk, relasi dengan masyarakat, persoalan lingkungan, dan persoalan keanekaragaman, kemudian memeriksa bagaimana setiap dimensi tersebut akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan yaitu profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan pada keempat sektor industri pariwisata di Amerika Serikat yaitu penerbangan, *casino*, hotel, dan restoran. Penelitian ini menggunakan data sekitar 3600 laporan tahunan perusahaan di Amerika Serikat yang merupakan hasil publikasi dari KLD STATS selama tahun 1991-2007. Mereka menemukan bahwa setiap dimensi CSR yang berbeda memiliki pengaruh yang berbeda pula terhadap profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan perusahaan. Hasil dari penelitian mereka menunjukkan bahwa CSR dimensi komunitas berpengaruh negatif terhadap profitabilitas jangka pendek pada sektor penerbangan, tetapi berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka

pendek dan profitabilitas masa depan pada sektor hotel dan restoran; CSR dimensi keanekaragaman berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan pada sektor hotel; CSR dimensi pegawai berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan pada sektor penerbangan; CSR dimensi produk berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan pada sektor penerbangan, berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka pendek pada sektor restoran, dan berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka pendek maupun profitabilitas masa depan pada sektor hotel.

2. Choi *et al.* (2010) meneliti hubungan empiris antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan di Korea. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui hubungan empiris antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan dengan menyediakan bukti komprehensif pertama di Korea yang menggunakan pengukuran CSR multidimensi. Penelitian ini menggunakan data sebanyak 1122 perusahaan yang terdaftar di Korea Exchange (KRX) selama periode tahun 2002-2008. Hasil dari penelitian tersebut adalah terdapat hubungan positif dan signifikan antara CSR indeks *stakeholder* tertimbang dan kinerja keuangan perusahaan namun tidak terdapat hubungan signifikan antara CSR indeks rata-rata tertimbang dan kinerja keuangan perusahaan.
3. Saleh *et al.* (2008) meneliti hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan perusahaan di Malaysia. Penelitian tersebut bertujuan untuk menyelidiki apakah terdapat bukti-bukti mengenai dampak CSR serta dampak dari dimensi-dimensi CSR yaitu relasi dengan pegawai,

keterlibatan terhadap masyarakat, produk, dan lingkungan terhadap kinerja keuangan untuk perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Malaysia. Penelitian ini menggunakan data 200 perusahaan besar dari 499 perusahaan yang terdaftar di Kuala Lumpur Stock Exchange (KLSE) Bursa Malaysia periode tahun 2000-2005. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa CSR berhubungan positif signifikan dengan kinerja keuangan perusahaan sementara dalam hubungan jangka panjang, CSR cenderung tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

4. Wijayanti *et al.* (2011) meneliti pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur di Indonesia. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menyelidiki bagaimana pengaruh dari CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian adalah sampel sebanyak 44 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2008. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dalam melakukan pengujian. Hasil dari penelitian adalah CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) dan *Earning per Share* (EPS) tetapi berpengaruh signifikan positif terhadap *Return on Equity* (ROE).
5. Dahlia dan Siregar (2008) meneliti pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan di Indonesia. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menguji pengaruh dari CSR terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian adalah sampel sebanyak 77 perusahaan yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2005 dan 2006. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dalam melakukan pengujian. Hasil dari penelitian ini adalah pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Equity* (ROE) sebagai pengukur kinerja keuangan, tetapi pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Cumulative Abnormal Return* (CAR) sebagai pengukur kinerja pasar.

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
1.	Yuhei Inoue dan Seoki Lee (2010)	Pengaruh Dimensi yang Berbeda dari <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada Industri Pariwisata	Variabel Independen: Dimensi CSR (Relasi Pegawai, Kualitas Produk, Relasi Masyarakat, Lingkungan dan Keanekaragaman Variabel Dependen: Profitabilitas Jangka Pendek (ROA) dan Profitabilitas Masa Depan (Tobin's q) Variabel Kontrol: Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan	CSR Dimensi Komunitas Berpengaruh Negatif Terhadap Profitabilitas Jangka Pendek pada Sektor Penerbangan, Tetapi Berpengaruh Positif Terhadap Profitabilitas Jangka Pendek dan Profitabilitas Masa Depan pada Sektor Hotel dan Restoran; CSR Dimensi Keanekaragaman Berpengaruh Positif Terhadap Profitabilitas Masa Depan pada Sektor Hotel; CSR Dimensi Pegawai Berpengaruh

			Tahun	Positif Terhadap Profitabilitas Masa Depan pada Sektor Penerbangan; CSR Dimensi Produk Berpengaruh Positif Terhadap Profitabilitas Masa Depan pada Sektor Penerbangan, Berpengaruh Positif Terhadap Profitabilitas Jangka Pendek pada Sektor Restoran, dan Berpengaruh Positif Terhadap Profitabilitas Jangka Pendek Maupun Profitabilitas Masa Depan pada Sektor Hotel.
2.	Jong-Seo Choi, Young-Min Kwak, dan Chongwoo Choe (2010)	<i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kinerja Keuangan Perusahaan: Bukti dari Korea	Variabel Independen: Indeks CSR Rata-Rata Tertimbang, Indeks CSR <i>Stakeholder</i> Tertimbang Variabel Dependen: Kinerja Keuangan Perusahaan Berbasis Akuntansi (ROA dan ROE) dan Kinerja Perusahaan Berbasis Pasar (Tobin's q) Variabel Kontrol: Karakteristik Perusahaan	Terdapat Hubungan Positif dan Signifikan Antara CSR Indeks <i>Stakeholder</i> Tertimbang dan Kinerja Keuangan Perusahaan Namun Tidak Terdapat Hubungan Signifikan Antara CSR Indeks Rata-Rata Tertimbang dan Kinerja Keuangan Perusahaan.

			(Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan) dan Preferensi Manajemen (Pengeluaran untuk Penelitian dan Pengembangan)	
3.	Mustaruddin Saleh, Norhayah Zulkifli, dan Rusnah Muhamad (2008)	Pengujian Empiris Hubungan Antara Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kinerja Keuangan pada Pasar Ekonomi Bertumbuh	Variabel Independen: CSR, Dimensi CSR (Relasi Pegawai, Keterlibatan Masyarakat, Produk, dan Lingkungan) Variabel Dependen: Kinerja Keuangan Perusahaan (ROA, <i>Stock Market Return</i> , dan Tobin's q) Variabel Kontrol: <i>Beta</i> , <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Penjualan, ATR, EPS	CSR Berhubungan Positif Signifikan dengan Kinerja Keuangan Perusahaan Sementara Dalam Hubungan Jangka Panjang, CSR Cenderung Tidak Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.
4.	Feb Tri Wijayanti, Sutaryo, Muhammad Agung Prabowo (2011)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: Kinerja Keuangan Perusahaan	CSR Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap ROA dan EPS Tetapi Berpengaruh Signifikan Positif Terhadap ROE.

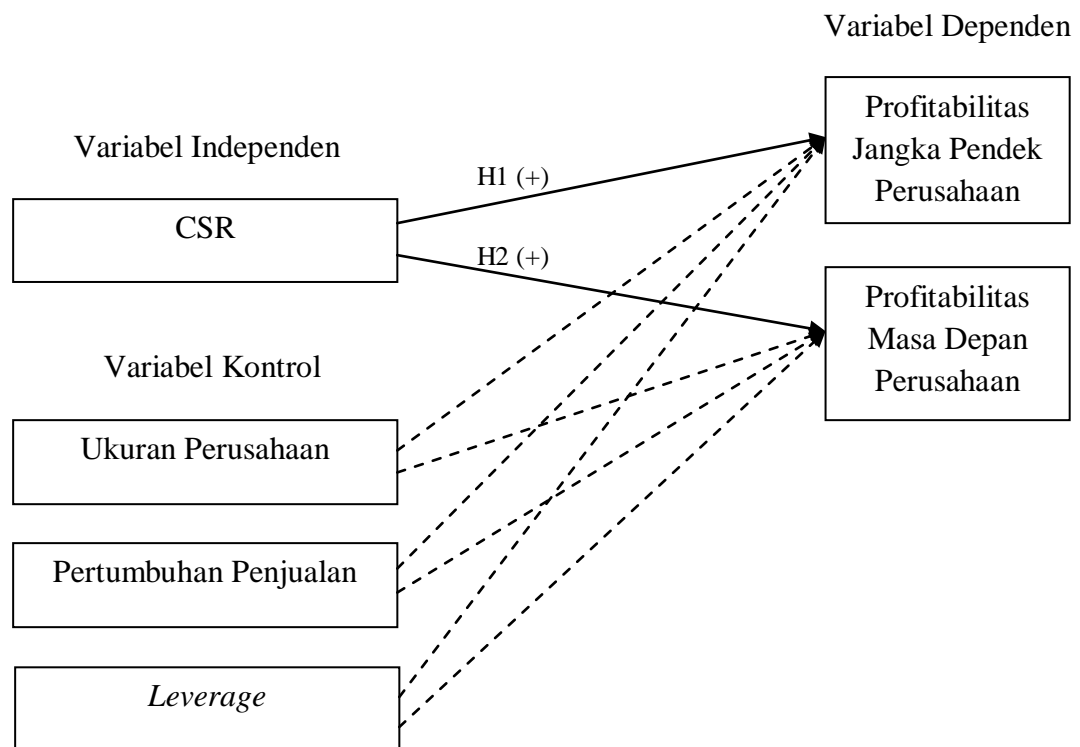
			(ROA, ROE, EPS) Variabel Kontrol: Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Jenis Industri	
5.	Lely Dahlia dan Sylvia Veronica Siregar (2008)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2005 dan 2006)	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: Kinerja Keuangan (ROE) dan Kinerja Pasar (CAR) Variabel Kontrol: <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, <i>Beta</i> , Pertumbuhan, Pendapatan Tidak Terduga	Pengungkapan CSR Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap ROE Sebagai Pengukur Kinerja Keuangan, Tetapi Pengungkapan CSR Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap CAR Sebagai Pengukur Kinerja Pasar.

2.2 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mencoba menguji bagaimana pengaruh dari CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan yaitu profitabilitas jangka pendek (dari sudut pandang akuntansi/*accounting-based view*) dan profitabilitas masa depan (dari sudut pandang pasar/*market-based view*). Berdasarkan rumusan masalah yang

telah diuraikan sebelumnya, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



Sesuai dengan gambar di atas, maka dalam penelitian ini variabel independen CSR akan diuji pengaruhnya terhadap variabel dependen profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan perusahaan. Variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage* digunakan untuk mengendalikan pengaruh lain yang mungkin terjadi pada hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan. Pada penelitian ini, CSR dihipotesiskan

berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka pendek maupun profitabilitas masa depan perusahaan.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan sebelumnya maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.3.1 Pengaruh CSR Terhadap Profitabilitas Jangka Pendek Perusahaan

Tanggung jawab sosial-lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk CSR dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh perusahaan karena CSR berfungsi sebagai alat efisiensi dan media promosi bagi perusahaan, serta berperan dalam menciptakan persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan. Selain itu, praktik CSR secara tidak langsung juga dapat mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengatasi berbagai permasalahan terkait dengan tuntutan *stakeholder*-nya. Dengan meningkatnya pendapatan yang diperoleh perusahaan dan/atau berkurangnya biaya-biaya *stakeholder* yang dikeluarkan perusahaan maka akan tercipta maksimalisasi laba bagi perusahaan sehingga profitabilitas jangka pendek perusahaan meningkat (pandangan ekonomi neoklasik).

Penelitian yang dilakukan oleh Berman *et al.* (dalam Inoue dan Lee, 2010) menunjukkan bahwa aktivitas perusahaan untuk meningkatkan relasi dengan pegawainya (CSR dimensi pegawai) berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan. Perusahaan yang melakukan aktivitas CSR untuk

meningkatkan relasi dengan pegawainya membuat SDM pegawai menjadi unggul. Adanya SDM pegawai yang unggul tersebut akan menciptakan efisiensi perusahaan yang ditunjukkan oleh tingkat produktivitas perusahaan yang tinggi, perputaran pegawai yang rendah, ketidakhadiran pegawai yang rendah dan/atau komitmen organisasional pegawai yang tinggi sehingga profitabilitas jangka pendek perusahaan akan meningkat.

Waddock dan Graves (dalam Inoue dan Lee, 2010) yang meneliti hubungan antara kinerja sosial dan kinerja keuangan perusahaan, menemukan bahwa perhatian perusahaan terhadap masyarakat (CSR dimensi masyarakat) memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas jangka pendek perusahaan. Perusahaan yang melakukan praktik CSR kepada masyarakat menyebabkan terjadinya peningkatan jumlah penjualan produk perusahaan sehingga profitabilitas jangka pendek perusahaan meningkat, hal tersebut karena CSR berperan sebagai media promosi bagi perusahaan. Selain itu, dengan melakukan praktik CSR kepada masyarakat, perusahaan akan mendapat kemudahan dalam hal undang-undang perpajakan atau mendapat kelonggaran dalam hal peraturan daerah sehingga biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan menjadi berkurang dan profitabilitas jangka pendek perusahaan meningkat.

Waddock dan Graves (dalam Inoue dan Lee, 2010) juga menemukan bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap produknya (CSR dimensi produk) memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas jangka pendek perusahaan. Perusahaan yang berfokus untuk melaksanakan CSR terhadap produknya menjadikan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut memiliki kualitas

yang tinggi sehingga muncul persepsi positif konsumen terhadap produk tersebut. Persepsi positif konsumen tersebut akan menyebabkan terjadinya peningkatan penjualan yang akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas jangka pendek perusahaan.

Dalam penelitian mengenai hubungan antara kinerja lingkungan dan profitabilitas perusahaan yang dilakukan oleh Russo dan Fouts (dalam Inoue dan Lee, 2010) ditemukan pula bahwa kinerja lingkungan (CSR dimensi lingkungan) memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas jangka pendek perusahaan. Perusahaan yang memiliki kepedulian dan melakukan CSR untuk lingkungan membuat berbagai permasalahan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan menjadi berkurang sehingga biaya-biaya terkait permasalahan lingkungan yang dikeluarkan oleh perusahaan juga ikut berkurang, dengan berkurangnya biaya-biaya tersebut maka profitabilitas jangka pendek perusahaan akan meningkat.

Dari berbagai uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas jangka pendek perusahaan.

2.3.2 Pengaruh CSR Terhadap Profitabilitas Masa Depan Perusahaan

Inisiatif perusahaan untuk melakukan CSR berkontribusi untuk menciptakan heterogenitas dan imobilitas sumber daya perusahaan (sumber daya tidak berwujud) seperti praktik manajemen SDM yang unggul, reputasi perusahaan yang menjadi baik, dan adanya penilaian positif dari para pelanggan terhadap perusahaan. Semakin banyak sumber daya tidak berwujud tersebut dimiliki oleh

perusahaan maka akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan yang berimbas pada meningkatnya ekspektasi dari para investor terhadap profitabilitas masa depan perusahaan, tercermin dari tingginya nilai pasar perusahaan (pandangan berbasis sumber daya).

Penelitian yang dilakukan oleh Becker dan Gerhart (dalam Inoue dan Lee, 2010) menunjukkan bahwa aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan kepada pegawainya (CSR dimensi pegawai) berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan perusahaan. Perusahaan yang melakukan aktivitas CSR kepada pegawainya akan menghasilkan praktik manajemen SDM yang unggul. Adanya praktik manajemen SDM yang unggul tersebut akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan, dimana hal tersebut dapat meningkatkan penilaian pasar terhadap profitabilitas masa depan perusahaan.

Brammer dan Millington (dalam Inoue dan Lee, 2010) yang meneliti hubungan antara kinerja sosial dan kinerja keuangan perusahaan menemukan bahwa praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat (CSR dimensi masyarakat) memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas masa depan perusahaan. Perusahaan yang melakukan praktik CSR kepada masyarakat membuat reputasi perusahaan di mata masyarakat menjadi baik. Reputasi perusahaan yang baik di mata masyarakat akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan. Selanjutnya, keunggulan kompetitif perusahaan tersebut berimbas pada nilai pasar profitabilitas masa depan perusahaan yang menjadi baik.

Berman *et al.* (dalam Inoue dan Lee, 2010) yang meneliti hubungan antara manajemen *stakeholder* dan kinerja keuangan perusahaan juga menemukan bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap produknya (CSR dimensi produk) memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas masa depan perusahaan. Perusahaan yang mengalokasikan CSR terhadap produknya membuat perusahaan memperoleh penilaian positif dari para pelanggannya karena produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut berkualitas. Adanya penilaian positif dari para pelanggan tersebut akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga membuat investor tertarik dan menjadikan nilai pasar profitabilitas masa depan perusahaan meningkat.

Dalam penelitian tentang tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholder* yang dilakukan oleh Kacperczyk (dalam Inoue dan Lee, 2010) ditemukan pula bahwa inisiatif perusahaan dalam melakukan CSR untuk lingkungan (CSR dimensi lingkungan) berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan perusahaan. Perusahaan yang melakukan CSR untuk lingkungan membuat reputasi perusahaan di mata masyarakat menjadi baik. Reputasi perusahaan yang baik di mata masyarakat akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan. Selanjutnya, keunggulan kompetitif perusahaan tersebut berimbas pada nilai pasar profitabilitas masa depan perusahaan yang menjadi baik.

Dari berbagai uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas masa depan perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan enam variabel, dimana terdapat dua variabel dependen, satu variabel independen, dan tiga variabel kontrol. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan yaitu profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR, sedangkan variabel kontrol dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage*.

3.1.2 Definisi Operasional Variabel

3.1.2.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan menggambarkan baik atau buruknya kondisi keuangan perusahaan dan mencerminkan pencapaian prestasi perusahaan dalam menghasilkan laba pada suatu periode tertentu yang diukur dengan menggunakan alat pengukur kinerja keuangan. Kinerja keuangan perusahaan dapat diukur berdasarkan basis akuntansi (*accounting-based measure*) yang menunjukkan profitabilitas jangka pendek perusahaan dan basis pasar (*market-based measure*) yang menunjukkan evaluasi pasar terhadap profitabilitas masa depan perusahaan.

Penelitian ini menggunakan dua variabel dependen kinerja keuangan perusahaan yaitu profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan. Profitabilitas jangka pendek diukur dengan menggunakan *Return on Assets* (ROA) sedangkan profitabilitas masa depan diukur dengan menggunakan Tobin's q.

ROA merupakan bentuk pengukuran kinerja keuangan perusahaan berbasis akuntansi yang mencerminkan profitabilitas jangka pendek atau efisiensi pengelolaan sumber daya suatu perusahaan. ROA menyediakan informasi secara langsung mengenai bagaimana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sejumlah aset yang digunakan dalam satu periode akuntansi. ROA dihitung dengan cara membandingkan laba perusahaan setelah pajak dengan total aset perusahaan.

ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{EAT}{TA}$$

Keterangan:

ROA = *Return on Assets*

EAT = laba usaha setelah pajak

TA = total aset

Tobin's q merupakan bentuk pengukuran kinerja keuangan perusahaan berbasis pasar yang mengungkapkan bagaimana investor menilai kapabilitas

perusahaan untuk menciptakan profitabilitas di masa depan. Lebih lanjut lagi, Tobin's q merupakan nilai perusahaan dari sudut pandang pasar yang menggambarkan persepsi investor terhadap nilai pasar perusahaan relatif dengan nilai bukunya.

Tobin's q dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Q = \frac{MVE + D}{TA}$$

Keterangan:

Q = Tobin's q

MVE = nilai pasar seluruh saham beredar (jumlah saham beredar × harga saham)

D = nilai pasar liabilitas (liabilitas jangka pendek - aset lancar + liabilitas jangka panjang)

TA = total aset

3.1.2.2 Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan

hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (*Draft ISO 26000, Guidance on social responsibility* 2009:3). Clarkson (1995) mengklasifikasikan CSR ke dalam dimensi-dimensi CSR menurut kerangka pemikiran *stakeholder* yang menggambarkan aktivitas sukarela perusahaan terhadap *stakeholder* utamanya seperti pemegang saham/pemilik, pegawai, pemasok, pelanggan, masyarakat, dan lingkungan.

Penelitian ini menggunakan variabel independen CSR dengan empat kategori dimensi CSR menurut kerangka pemikiran *stakeholder* Clarkson yaitu CSR dimensi pegawai, CSR dimensi masyarakat, CSR dimensi produk, dan CSR dimensi lingkungan. Alasan digunakannya CSR dimensi pegawai, CSR dimensi masyarakat, CSR dimensi produk, dan CSR dimensi lingkungan adalah karena dimensi-dimensi CSR tersebut dipandang paling sesuai dengan praktik CSR yang dilakukan oleh sebagian besar perusahaan di Indonesia, terutama perusahaan manufaktur di Indonesia yang dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, CSR diukur menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) terhadap laporan tahunan (*annual report*) perusahaan dengan mengacu pada indikator CSR *Golden Hope Plantation Berhad* (GHPB) yang memuat dua puluh *item* untuk empat kategori dimensi CSR. Pertimbangan menggunakan metode analisis isi dalam penelitian ini adalah karena penelitian ini berfokus pada banyaknya aktivitas CSR yang dilakukan oleh setiap perusahaan, dimana aktivitas tersebut dapat diketahui melalui pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Indikator CSR GHPB digunakan dalam penelitian ini karena memuat

keempat kategori dimensi CSR (CSR dimensi pegawai, CSR dimensi masyarakat, CSR dimensi produk, dan CSR dimensi lingkungan) yang sesuai dengan penelitian ini.

Metode *content analysis* dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memeriksa kesesuaian (*checklist*) antara *item* yang terdapat pada indikator CSR GHPB dengan informasi pengungkapan CSR yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan dan kemudian memberikan skor (*scoring*) untuk setiap *item*. Pemberian skor dilakukan dengan menggunakan variabel *dummy*, dimana skor pengungkapan untuk setiap item dibedakan menjadi dua dengan perincian sebagai berikut:

1. Skor 0 apabila perusahaan tidak mengungkapkan informasi untuk *item* yang dimaksud.
2. Skor 1 apabila perusahaan mengungkapkan informasi untuk *item* yang dimaksud.

Setelah dilakukan *checklist* dan *scoring* menggunakan variabel *dummy*, kemudian dilakukan pengukuran CSR. Pengukuran CSR dilakukan dengan cara menjumlahkan pengukuran keempat dimensi CSR yaitu pegawai, masyarakat, produk, dan lingkungan; dimana pengukuran keempat dimensi CSR masing-masing dilakukan dengan cara membagi jumlah skor variabel *dummy* untuk setiap dimensi CSR dengan jumlah *item* yang tersedia untuk setiap dimensi CSR. Berikut ini penjelasan mengenai cara pengukuran CSR dan rumus penghitungannya:

1. CSR diukur dengan menjumlahkan pengukuran CSR dimensi pegawai, pengukuran CSR dimensi masyarakat, pengukuran CSR dimensi produk, dan pengukuran CSR dimensi lingkungan.

Rumus perhitungan CSR:

$$CSR_j = CSREMP_j + CSRCOM_j + CSRPROD_j + CSRENV_j$$

Keterangan:

CSR	= pengukuran CSR
CSREMP	= pengukuran CSR dimensi pegawai
CSRCOM	= pengukuran CSR dimensi masyarakat
CSRPROD	= pengukuran CSR dimensi produk
CSRENV	= pengukuran CSR dimensi lingkungan
j	= perusahaan ke-j

2. Pengukuran CSR dimensi pegawai mengacu pada daftar *item* indikator CSR GHPB relasi pegawai yang terdiri dari enam *item* yaitu kesehatan dan keselamatan pegawai, pelatihan dan pendidikan, imbalan kerja, profil pegawai, opsi saham bagi pegawai, dan penghargaan kesehatan dan keamanan.

Rumus perhitungan CSR dimensi pegawai:

$$CSREMP_j = \frac{\sum_{t=1}^6 X_{EMPij}}{6}$$

Keterangan:

CSREMP = pengukuran CSR dimensi pegawai

X_{EMP} = skor variabel *dummy* CSR dimensi pegawai

j = perusahaan ke-j

i = *item* ke-i

3. Pengukuran CSR dimensi masyarakat mengacu pada daftar *item* indikator CSR GHPB keterlibatan masyarakat yang terdiri dari enam *item* yaitu program donasi kas, program sumbangan, program beasiswa, sponsor untuk kegiatan olahraga, mendukung kebanggaan nasional, dan proyek publik.

Rumus perhitungan CSR dimensi masyarakat:

$$CSRCOM_j = \frac{\sum_{t=1}^6 X_{COMij}}{6}$$

Keterangan:

CSRCOM = pengukuran CSR dimensi masyarakat

X_{COM} = skor variabel *dummy* CSR dimensi masyarakat

j = perusahaan ke-j

i = *item* ke-i

4. Pengukuran CSR dimensi produk mengacu pada daftar *item* indikator CSR GHPB produk yang terdiri dari empat *item* yaitu pengembangan produk, keamanan produk, kualitas produk, dan layanan pelanggan.

Rumus perhitungan CSR dimensi produk:

$$CSRPROD_j = \frac{\sum_{t=1}^4 X_{PRODij}}{4}$$

Keterangan:

CSRPROD = pengukuran CSR dimensi produk

X_{PROD} = skor variabel *dummy* CSR dimensi produk

j = perusahaan ke-j

i = *item* ke-i

5. Pengukuran CSR dimensi lingkungan mengacu pada daftar *item* indikator CSR GHPB lingkungan yang terdiri dari empat *item* yaitu pengendalian polusi, program perbaikan atau pencegahan, konservasi dan daur ulang bahan baku, dan penghargaan dalam program lingkungan.

Rumus perhitungan CSR dimensi lingkungan:

$$CSRENV_j = \frac{\sum_{t=1}^4 X_{ENVij}}{4}$$

Keterangan:

CSRENV = pengukuran CSR dimensi lingkungan

X_{ENV} = skor variabel *dummy* CSR dimensi lingkungan

j = perusahaan ke-j

i = *item* ke-i

3.1.2.3 Variabel Kontrol

Terdapat tiga variabel kontrol dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage*. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditentukan oleh total aset yang dimiliki perusahaan, penjualan yang dilakukan perusahaan, atau nilai pasar dari jumlah saham beredar perusahaan (kapitalisasi pasar). Pertumbuhan penjualan menggambarkan tingkat pertumbuhan perusahaan yang dilihat dari penerimaan pasar atas penjualan produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam menjamin seluruh kewajibannya, baik kewajiban lancar maupun kewajiban jangka panjang.

Ukuran perusahaan digunakan sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini karena memiliki kemungkinan berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan, dimana perusahaan yang besar cenderung terlibat dalam praktik CSR dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Pertumbuhan penjualan digunakan sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini karena diduga berpengaruh terhadap hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan, dimana perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan menghasilkan keuntungan yang lebih sehingga cenderung terlibat dalam praktik CSR daripada perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang rendah. *Leverage* digunakan sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini karena diperkirakan mempunyai pengaruh terhadap hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan, dimana perusahaan dengan tingkat toleransi risiko yang tinggi kemungkinan memiliki keterlibatan CSR yang berbeda dengan

perusahaan yang memiliki tingkat toleransi risiko yang rendah. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural total aset perusahaan, pertumbuhan penjualan diukur dengan menghitung selisih antara penjualan tahun berjalan dengan penjualan tahun sebelumnya dan membaginya dengan penjualan tahun sebelumnya, sedangkan *leverage* diukur dari total liabilitas perusahaan dibagi dengan total aset perusahaan.

Berikut ini rumus ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage*:

$$SIZE = LN TA$$

Keterangan:

SIZE = ukuran perusahaan

LN = logaritma natural

TA = total aset

$$GROWTH = \frac{SALES_t - SALES_{t-1}}{SALES_{t-1}}$$

Keterangan:

GROWTH = pertumbuhan penjualan

SALES = penjualan tahunan

t = tahun ke-t

$$LEV = \frac{TL}{TA}$$

Keterangan:

LEV = *leverage*

TL = total liabilitas

TA = total aset

Tabel 3.1
Ringkasan Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Skala	Rumus
1.	Variabel Dependen: Profitabilitas Jangka Pendek	ROA	Rasio	$ROA = \frac{EAT}{TA}$
2.	Variabel Dependen: Profitabilitas Masa Depan	Tobin's q	Rasio	$Q = \frac{MVE + D}{TA}$
3.	Variabel Independen: CSR	GHPB	Interval	$CSR_j = CSREMP_j + CSRCOM_j + CSRPROD_j + CSRENV_j$
	CSR Dimensi Pegawai	GHPB	Rasio	$CSREMP_j = \frac{\sum_{t=1}^6 X_{EMPIj}}{6}$
	CSR Dimensi Masyarakat	GHPB	Rasio	$CSRCOM_j = \frac{\sum_{t=1}^6 X_{COMij}}{6}$
	CSR Dimensi Produk	GHPB	Rasio	$CSRPROD_j = \frac{\sum_{t=1}^4 X_{PRODij}}{4}$
	CSR Dimensi Lingkungan	GHPB	Rasio	$CSRENV_j = \frac{\sum_{t=1}^4 X_{ENVij}}{4}$
4.	Variabel Kontrol: Ukuran Perusahaan	Total Aset	Interval	$SIZE = LN TA$

5.	Variabel Kontrol: Pertumbuhan Penjualan	Penjualan	Rasio	$GROWTH = \frac{SALES_t - SALES_{t-1}}{SALES_{t-1}}$
6.	Variabel Kontrol: <i>Leverage</i>	<i>Leverage</i>	Rasio	$LEV = \frac{TL}{TA}$

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2011, dimana terdapat 139 perusahaan sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur terdaftar di BEI periode tahun 2011 sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (*purposive sampling*), dimana terdapat 112 perusahaan. Pemilihan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif. Adapun kriteria sampel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur terdaftar di BEI periode tahun 2011.
2. Data laporan tahunan perusahaan dapat diperoleh.
3. Laporan tahunan perusahaan mengungkapkan informasi yang dibutuhkan untuk setiap variabel dalam penelitian.

Perusahaan manufaktur dipilih menjadi populasi dan sampel dalam penelitian ini karena di antara jenis perusahaan yang lain perusahaan manufaktur merupakan jenis perusahaan dengan kegiatan operasional yang paling kompleks sehingga dipandang memiliki tanggung jawab sosial yang paling kompleks pula. Kegiatan operasional perusahaan manufaktur secara langsung maupun tidak langsung memiliki dampak terhadap tenaga kerja (pegawai), komunitas sekitar

(masyarakat), pelanggan (produk), dan tempat perusahaan beroperasi (lingkungan) sehingga diperlukan adanya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pihak-pihak tersebut, hal ini sesuai dengan kriteria CSR dalam penelitian ini. Tahun 2011 dijadikan periode populasi dan sampel karena periode tersebut dipandang sebagai periode yang tepat bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia dalam mengadopsi praktik CSR mengingat undang-undang CSR (UU No. 40 Tahun 2007 dan UU No. 25 Tahun 2007) mulai berlaku sejak tahun 2007.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan sumber data laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2011. Data tersebut diperoleh melalui Pojok BEI Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro dan juga melalui *website* www.idx.co.id. Penelitian ini menggunakan data laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2011 karena data tersebut dipandang cukup merepresentasikan kondisi perusahaan-perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka dan metode dokumentasi. Metode studi pustaka dilakukan dengan cara membaca buku-buku dan literatur-literatur pendukung yang relevan dengan permasalahan yang diteliti sedangkan metode dokumentasi dilakukan

dengan cara mempelajari informasi yang terdapat dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini dilakukan statistik deskriptif untuk menggambarkan profil data sampel yang meliputi nilai minimum, nilai maksimum, *mean*, dan standar deviasi dari data sampel yaitu ROA, Tobin's q, CSR, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage*.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini dilakukan uji asumsi klasik agar variabel independen yaitu CSR serta variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage* yang digunakan untuk memprediksi variabel dependen yaitu profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan perusahaan tidak bias sehingga diperoleh model penelitian yang baik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu/*residual* memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki data normal atau mendekati normal untuk menghindari

terjadinya bias, jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak *valid* untuk jumlah sampel kecil.

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis grafik histogram dan P-P plot serta uji statistik *One Sample Kolmogorov–Smirnov Test*. Dalam analisis grafik histogram dan P-P plot apabila grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal serta pada grafik P-P plot titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, apabila grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal serta pada grafik P-P plot titik-titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pada uji statistik *One Sample Kolmogorov–Smirnov Test*, apabila variabel pengganggu/*residual* mempunyai *Asymp. Sig (2-tailed)* di atas atau sama dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (probabilitas $\geq 0,05$) diartikan bahwa model regresi memiliki distribusi normal dan sebaliknya apabila variabel pengganggu/*residual* mempunyai *Asymp. Sig (2-tailed)* di bawah tingkat signifikansi sebesar 0,05 (probabilitas $< 0,05$) diartikan bahwa model regresi memiliki distribusi tidak normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen yaitu CSR serta variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage*. Pada

model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas (korelasi antar variabel independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari: (1) *tolerance value*, (2) nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi yang bebas dari multikolinieritas adalah yang mempunyai *tolerance value* di atas 0,10 (*tolerance value* > 0,10) atau VIF di bawah 10 ($VIF < 10$), apabila *tolerance value* di bawah atau sama dengan 0,10 (*tolerance value* $\leq 0,10$) atau VIF di atas atau sama dengan 10 ($VIF \geq 10$) maka terjadi multikolinieritas.

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas (perbedaan varians dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain). Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara yang diprediksi yaitu ZPRED dengan residualnya yaitu SRESID, dimana sumbu Y adalah yang diprediksi dan sumbu X adalah residualnya ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*. Jika tidak terdapat pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas, namun apabila terdapat pola tertentu, titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.

Penelitian ini juga menggunakan uji koefisien korelasi *Spearman's rank* untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Uji koefisien korelasi *Spearman's rank* dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara variabel independen dengan variabel pengganggu/*residual*. Apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan variabel pengganggu/*residual* lebih dari 0,05 (probabilitas > 0,05) maka tidak terjadi heteroskedastisitas namun apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan variabel pengganggu/*residual* kurang atau sama dengan 0,05 (probabilitas \leq 0,05) maka terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3 Uji Hipotesis

3.5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan dua model persamaan untuk menguji hipotesis pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan yaitu profitabilitas jangka pendek (model pertama), dan hipotesis pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan yaitu profitabilitas masa depan (model kedua). Kedua model persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Model Pertama

$$ROA = \beta_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 SIZE + \beta_3 GROWTH + \beta_4 LEV + \varepsilon$$

2. Model Kedua

$$Q = \beta_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 SIZE + \beta_3 GROWTH + \beta_4 LEV + \varepsilon$$

Keterangan:

ROA	= <i>Return on Assets</i>
Q	= Tobin's q
CSR	= pengukuran CSR
SIZE	= ukuran perusahaan
GROWTH	= pertumbuhan penjualan
LEV	= <i>leverage</i>
$\beta_0-\beta_4$	= koefisien regresi
ε	= <i>error term</i>

3.5.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen yaitu CSR dan variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage* terhadap variabel dependen yaitu profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan perusahaan yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Jika koefisien determinasi sama dengan nol, maka dapat diartikan bahwa variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika koefisien determinasi sama dengan satu, maka dapat diartikan bahwa variabel independen berpengaruh 100% terhadap variabel dependen.

Meskipun R^2 dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel independen, R^2 juga memiliki

kelemahan yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi. Setiap tambahan satu variabel independen dalam model regresi, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu, untuk model regresi yang memiliki lebih dari dua variabel independen seperti dalam penelitian ini yang digunakan adalah *adjusted R²*.

3.5.3.3 Uji F

Dalam penelitian ini dilakukan uji F untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu CSR dan variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage* secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen yaitu profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan perusahaan. Dalam penelitian ini dilakukan uji F dua arah pada tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$) dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

H_a : Variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Sedangkan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai $-F\text{-tabel} < F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka H_0 diterima atau H_a ditolak.
2. Bila nilai $F\text{-hitung} < -F\text{-tabel}$ atau $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ dan nilai signifikansi $F > 0,05$; maka H_0 diterima atau H_a ditolak.

3. Bila nilai F -hitung $< -F$ -tabel atau F -hitung $> F$ -tabel dan nilai signifikansi $F \leq 0,05$; maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

3.5.3.4 Uji t

Dalam penelitian ini dilakukan uji t untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu CSR dan variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage* secara terpisah (parsial) terhadap variabel dependen yaitu profitabilitas jangka pendek dan profitabilitas masa depan perusahaan. Dalam penelitian ini dilakukan uji t satu arah pada tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$) dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Variabel independen secara terpisah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

H_a : Variabel independen secara terpisah berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Sedangkan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai $-t$ -tabel $< t$ -hitung $< t$ -tabel, maka H_0 diterima atau H_a ditolak.
2. Bila nilai t -hitung $< -t$ -tabel, maka H_0 diterima atau H_a ditolak.
3. Bila nilai t -hitung $> t$ -tabel dan nilai signifikansi $t > 0,05$; maka H_0 diterima atau H_a ditolak.
4. Bila nilai t -hitung $> t$ -tabel dan nilai signifikansi $t \leq 0,05$; maka H_0 ditolak atau H_a diterima.