

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PADA KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DAN
IMPLIKASINYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

**DINAR PRASETYA NUGRAHA
NIM. 12030110120055**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2014**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Dinar Prasetya Nugraha
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110120055
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis /Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILIY PADA KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

Dosen Pembimbing : Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, September 2014

Dosen Pembimbing,

Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt.

NIP.197605222003121001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Dinar Prasetya Nugraha
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110120055
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis /Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILIY PADA KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

Telah dinyatakan lulus ujian pada 25 September 2014

Tim Penguji :

1. Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt ()
2. Dr. H. Raharja. S.E., M.Si., Akt. ()
3. Dul Mu'id. S.E., M.Si., Akt. ()

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Dinar Praseya Nugraha, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Kinerja Keuangan Dan Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaana, 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, September 2014

Yang membuat pernyataan,

Dinar Prasetya Nugraha

NIM: 12030110120055

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility on the company's performance and its implications for the value of the company. Intervening variable using the company's performance in the ROA and ROE proxy.

The population in this study are listed companies in Indonesia Stock Exchange 2010-2013. Sampling was done by purposive sampling technique. Data analysis techniques performed by regression analysis and path analysis.

Based on the analysis conducted found that the results of the Corporate Social Responsibility positive effect on ROE but had no effect on ROA. Corporate social responsibility has positive effect on firm value. Financial Performance are proxied by ROE can mediate relations between Corporate social responsibility with the company's financial performance but are proxied by ROA can not mediate relations between Corporate social responsibility with corporate values

Keyword : Corporate Social Responsibility, ROA, ROE, Financial Performance, Firm Value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan dan implikasinya terhadap nilai perusahaan. Variabel intervening menggunakan kinerja perusahaan yang di proksikan dengan ROA dan ROE.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang dilakukan dengan analisis regresi dan analisis path.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka diperoleh hasil bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap ROE tetapi tidak berpengaruh terhadap ROA. *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kinerja Keuangan yang di proksikan dengan ROE dapat memediasi hubungan antara *Corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan tetapi Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan ROA tidak dapat memediasi hubungan antara *Corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan

Kata kunci : Corporate social responsibility, kinerja perusahaan, ROA, ROE, nilai perusahaan.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Put Allah first and you will never be the last

“Man Jadda Wa Jada”

“Tidak ada kemudahan kecuali yang Engkau buat mudah, dan Engkau menjadikan kesedihan (kesulitan) jika Engkau hendaki pasti akan menjadi mudah”

“Apa yang terbaik untuk menurut kita belum tentu baik di mata Allah dan apa yang terbaik menurut Allah adalah pasti yang terbaik untuk kita.”

Dengan segala kerendahan hati, saya persembahkan skripsi ini kepada
Illahi Rabbi & Panutanku

Allah SWT dan Nabi Muhammmad SAW
Ridhai dan rahmati segala usaha hambamu ini..

Ayahanda dan Ibundaku

Terima kasih atas segenap cinta, doa, pengorbanan, dan perjuangan untuk ananda

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Kinerja Keuangan Dan Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan “** dengan baik.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Selama proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Prof. H.M. Nasir, M.Si., Akt., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Prof. Dr. H. M. Syafruddin, M.Si., Akt selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Dr. Haryanto, S.E., M.Si., Akt., selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan yang begitu bermanfaat.

5. Seluruh dosen dan segenap staf Akuntansi Reguler 1 atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan.
6. Kedua orang tua saya yang sangat saya sayangi, Bpk. Masduki dan Ibu Sri Mulyaningsih, dan adik saya Dian Dwi Prasetya yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta doa yang tanpa henti. Terimakasih atas kasih sayang yang tak pernah putus dan telah memberikan segala yang terbaik untuk saya.
7. Seluruh keluarga besar Otong Asnawai dan Wolly, terima kasih atas segala perhatian, doa dan semangatnya yang telah diberikan kepada saya. Beruntung sekali saya menjadi keluarga besar kalian.
8. Keluarga besar akuntansi angkatan 2010, terima kasih telah menjadi keluarga baru saya selama ini, semoga kebersamaan kita tidak terputus sampai disini, sukses buat kalian semua.
9. Teman-teman Garden View Cluster ceria Seno, Niko, Lais, Vito, Iskandar, Deko, Evan, Haris, Tomi dan teman-teman kontrakan yang tidak dapat saya sebut satu per satu, terima kasih telah menjadi teman bermain PES yang baik dan terima kasih atas canda tawa kalian selama ini.
10. Teman teman MCK Tomy, Randy, Bahana, Vian, Silvi, Ica, Jodi terima kasih untuk pengalamannya.
11. Rike Ardhinissa terima kasih atas dukungan dan semangat yang selalu diberikan ketika saya berada dalam titik terendah dalam mengerjakan skripsi ini.

12. Teman-teman satu bimbingan Arya, Nabela, Ridho, Rani, Acil, Haniatun yang telah mau membantu dan mendengarkan kegundahan hati saya selama ini .
13. Teman-teman tim KKN Kecamatan Tersono Taufan, Purna, Rizal, Alto, Sigit, Jani, Romo, Budi, Imawan, Roni, Aziz, Mas Dandy, Bayu, Alto, Tias, Yogi, Tantri, Kiki, Mei, Tunjung terima kasih atas kerjasama dan kepercayaan kalian kepada saya.
14. Teman-teman KKN Desa Tersono Febri, Intan, Cista, Fuguh, Yudha, Fajri, Desy, Manggar, Klara terima kasih atas kisah kasih nyata, tawa dan canda kalian, suatu kebahagiaan tersendiri saya bisa mengenal kalian.
15. Teman teman HMJ Akuntansi Mas Indra, Mas Tirta, Mbak kina, Mas Putu, Ferandi, Bonita, Andhika
16. Teman-teman Kesma BEM KM 2012, 2013, 2014 Mas Naufa, Mbak Lala, Mas Indra, Futri, Ranti, Wahyu, Raka, Burhan, Mas Indra, Mas Farhan Oni, Prams, Rahma, Wendy, Guntur, Khabib, Rosiful dan semua yang tidak bisa saya sebut satu persatu, terima kasih atas ilmu, kesempatan dan pelajaran berharga yang kalian berikan. Totalitas Mengabdikan Selamanya Menginspirasi.
17. Seluruh keluarga besar BEM KM UNDIP tahun 2012, 2013, 2014 berani menggoreskan warna untuk senyum Undip merangkai Indonesia.
18. Seluruh rekan yang turut serta dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Dalam bagian akhir kata pengantar ini, penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kesalahan atau kekurangan. Oleh karena itu segala kritik dan saran penulis terima dengan senang hati demi kesempurnaan skripsi ini. Namun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Semarang, September 2014

Penyusun

Dinar Prasetya Nugraha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah	8
1.3.Tujuan Penelitian Dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1.Tujuan Penelitian	9
1.3.2.Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.Sistematika Penulisan	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1. Teori Legitimasi	13
2.1.2. Teori Keagenan (<i>Agency Theory</i>).....	16
2.1.3. <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
2.1.4. <i>Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.4 Pengembangan Hipotesis	33
2.4.1. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (<i>Return On Equity</i>).....	33
2.4.2. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (<i>Return On Assets</i>).....	34
2.4.3. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	36
2.4.4. Pengaruh <i>Return On Equity</i> sebagai Variabel Intervening Dalam Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Nilai Perusahaan	38
2.4.5. Pengaruh <i>Return On Assets</i> sebagai Variabel Intervening Dalam Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Nilai Perusahaan	39

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	42
3.1.1 Variabel Penelitian	42
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.2 Populasi dan Sampel	47
3.3 Sumber Data.....	47
3.4 Metode Pengumpulan Data	48
3.5 Metode Analisis	48
3.5.1 Statistik Deskripti.....	48
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.5.2.1 Uji Autokorelasi	49
3.5.2.2 Uji Multikolinieritas	49
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	50
3.5.2.4 Uji Normalitas Data	50
3.5.3 Uji Model (Koefisien Determinasi).....	51
3.5.4 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	51
3.5.5 Uji T	52
3.5.6 Analisis Regresi.....	52
3.5.7 Analisis Intervening	53
3.5.8 Pengujian Hipotesis	54
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	56
4.2 Analisis Data	56
4.2.1 Statistika Deskriptif.....	56
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	60
4.2.2.1 Uji Autokorelasi	61
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas	62
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.2.2.4 Uji Normalitas Data	66
4.2.3 Uji Model (Koefisien Determinasi)	67
4.2.4 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	70
4.2.5 Uji T	71
4.2.6 Analisis Regresi	74
4.2.7 Analisis Intervening	74
4.2.8 Pengujian Hipotesis.....	77
4.3 Interpretasi Hasil	79
4.3.1 Pengaruh <i>CSR</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Return On Equity).....	79
4.3.2 Pengaruh <i>CSR</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Return On Assets)	81
4.3.3 Pengaruh <i>CSR</i> Terhadap Nilai Perusahaan	82
4.3.4 Pengaruh <i>Return On Equity</i> sebagai Variabel Intervening Dalam Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Nilai Perusahaan	82

4.3.5 Pengaruh <i>Return On Assets</i> sebagai Variabel Intervening Dalam Hubungan antara <i>Corporate</i> <i>Social Responsibility</i> dan Nilai Perusahaan	84
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Keterbatasan	85
5.3 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	31
Tabel 4.1	Tabel Seleksi Sampel	56
Tabel 4.2	Tabel Frekuensi CSR Sebelum Outlier	57
Tabel 4.3	Tabel Frekuensi CSR Setelah Outlier	57
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Sebelum Outlier	58
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Setelah Outlier	59
Tabel 4.6	Uji Autokorelasi Model 1	61
Tabel 4.7	Uji Autokorelasi Model 2	61
Tabel 4.8	Uji Autokorelasi Model 3	62
Tabel 4.9	Uji Multikolinearitas Model 1	63
Tabel 4.10	Uji Multikolinearitas Model 2	63
Tabel 4.11	Uji Multikolinearitas Model 3	64
Tabel 4.12	Hasil Uji Glejser Model 1	65
Tabel 4.13	Hasil Uji Glejser Model 2	65
Tabel 4.14	Hasil Uji Glejser Model 3	66
Tabel 4.15	Uji Normalitas Model 1 2 3	67
Tabel 4.16	Uji Koefisien Determinasi Persamaan 1	68
Tabel 4.17	Uji Koefisien Determinasi Persamaan 2	68
Tabel 4.18	Uji Koefisien Determinasi Persamaan 3	69
Tabel 4.19	Hasil Uji F Persamaan 1	69

Tabel 4.20	Hasil Uji F Persamaan 2	70
Tabel 4.21	Hasil Uji F Persamaan 3	70
Tabel 4.22	Hasil Uji T Persamaan 1	71
Tabel 4.23	Hasil Uji F Persamaan 2	72
Tabel 4.24	Hasil Uji F Persamaan 3	72
Tabel 4.25	Hasil Rekapitulasi Uji T	74
Tabel 4.26	Path Analysis Variabel CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Mediasi Kinerja Keuangan (ROE)	76
Tabel 4.26	Path Analysis Variabel CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Mediasi Kinerja Keuangan (ROA).....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Daftar Sampel Penelitian
Lampiran B	Hasil Uji Diskriptif
Lampiran C	Hasil Uji Statistik

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seperti diketahui bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu pertanggungjawaban yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan para *stakeholder* baik internal maupun eksternal. CSR telah ada sejak tahun 1800-an yang lebih dikenal dengan nama *Occupational Social Worker, Social Work in The Workplace, Employee Assistance* yang bisa juga disebut dengan Pekerjaan Sosial Industri (PSI) (Zastrow, 2000 dalam Putra, 2012). Inggris, Jerman dan AS telah melakukan PSI sejak tahun 1890 sedangkan Prancis sejak tahun 1920. Di dalam PSI inilah terdapat berbagai bentuk program CSR baik berupa strategi maupun program pengembangan masyarakat. Seiring berjalannya waktu, CSR pun turut berkembang dengan pesat.

Corporate Social Responsibility (CSR) digunakan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews, 1985 dalam Sembiring, 2005). *Global Compact Initiative* (2002) menyebutkan bahwa pemahaman CSR ini dapat dijalankan melalui 3 pilar penting, yaitu *profit, people, planet* (3P). Konsep ini berisikan sebuah pemahaman bahwa tujuan bisnis tidak hanya sekedar untuk

memperoleh keuntungan atau mencari laba (*profit*), tetapi juga mensejahterakan orang (*people*), dan menjamin kelangsungan hidup planet (Nugroho, 2007).

Perkembangan tersebut ditandai dengan cepatnya suatu penyebaran berita dalam dunia bisnis. Melalui berita yang cepat maka akan cepat pula timbul reaksi pasar terhadap suatu perusahaan yang berpengaruh pada nilai perusahaan. Tiap-tiap perusahaan sudah melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan di dalam laporan tahunan namun sifatnya masih sukarela. Hal ini dikarenakan oleh adanya pertimbangan perusahaan terhadap biaya yang dikeluarkan untuk menerapkan CSR dan manfaat yang nantinya dihasilkan setelah melakukan pengungkapan informasi sosial. Jika manfaat yang diperoleh lebih besar dari biaya yang dikeluarkan untuk pengungkapan sosial perusahaan maka dengan sukarela perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial perusahaan (Nugroho, 2007).

Adanya pertimbangan perusahaan terhadap biaya yang dikeluarkan untuk menerapkan CSR mengindikasikan bahwa perusahaan masih lebih mengedepankan sisi keuangan dibandingkan sisi non keuangan. CSR yang paling umum dilakukan adalah pemberian bantuan berupa sumbangan dan dilakukan hanya sekedar untuk berbuat baik demi terlihat baik di mata masyarakat (*do good and to look good*). Banyaknya kasus-kasus yang terjadi terkait dengan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan yang berdampak pada masyarakat dan lingkungan. Seperti kasus lumpur Lapindo yang terjadi di daerah Sidoarjo yang dinobatkan sebagai perusahaan yang tidak

bertanggung jawab, pencemaran Teluk Buyat Oleh PT. Newmont Minahasa Raya, dan kasus pencemaran yang dilakukan oleh PT. Freeport Indonesia yang dinilai tidak memenuhi batas air limbah dan telah mencemari biota laut (Arifin dkk., 2012). Kasus-kasus tersebut memberikan gambaran bahwa perusahaan sesungguhnya juga perlu memperhatikan sisi non keuangan terutama dari sisi lingkungan dan sosial.

Suatu perusahaan mempunyai beberapa kewajiban yang harus senantiasa dipenuhi, kewajiban tersebut tidak hanya pada pemegang saham namun juga kewajiban terhadap pihak lain termasuk masyarakat. Menurut *Suwaldiman* (2000), berdasarkan karakteristik sistem perekonomian Indonesia, ada 3 kelompok pihak yang berkepentingan terhadap pertanggungjawaban manajemen atas pengelolaan perusahaan, yaitu investor atau kreditor, pemerintah dan masyarakat umum. Nurmansyah (2006) berpendapat bahwa meskipun tujuan utama perusahaan adalah mencari keuntungan sebesar-besarnya, sebuah perusahaan tidak dapat dilepaskan dari masyarakat. Terutama pada saat sekarang ini dimana masyarakat difokuskan pada dampak kurang baik dari masyarakat bisnis (Ahmad, *et al.*, 2003). Oleh karena itu, dunia usaha pada saat ini tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi keuangan, sosial, dan aspek lingkungan yang biasa disebut *triple bottom line*. Sinergi tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (Siregar, 2007). Dewasa ini dalam menghadapi dampak globalisasi, kemajuan informasi teknologi, dan keterbukaan pasar, perusahaan

harus secara serius dan terbuka memperhatikan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Edwin dan Nurdiono, 2007). Dengan menerapkan *corporatesocial responsibility* (CSR) diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Sayekti dan Wondabio, 2007).

Menyadari bahwa pentingnya suatu perusahaan memperhatikan sisi lingkungan dan sosial, maka akhirnya perusahaan pun mulai menerapkan CSR. Hal ini dapat dilihat di majalah SWA pada tahun 2005 menyatakan bahwa program tanggung jawab sosial masih didominasi oleh program sosial sebanyak 49,53%, lingkungan dengan 25,70%, dan keuangan 24,76% (Pambudi, 2006). Dari fakta tersebut dapat kita ketahui bahwa segala kegiatan perusahaan tidak hanya berpatokan pada aspek keuangan, namun juga sangat berpengaruh terhadap lingkungan sekitar dan masyarakat

Pada akhirnya di tahun 2007 pemerintah Indonesia menerbitkan regulasi yang mengatur tentang CSR yaitu Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dalam pasal 74 menyebutkan bahwa: “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”.

Pada tahun 2012 Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 diterbitkan mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Dengan adanya peraturan yang mengatur CSR, maka CSR tidak lagi bersifat sukarela melainkan sudah menjadi suatu kewajiban perusahaan

untuk melaporkan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan dalam laporan tahunan.

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

Kotler dkk (2005) menyebutkan bahwa terdapat manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dengan melaksanakan kegiatan strategis tersebut. Menurut Rahman (2009) suatu kegiatan dalam praktiknya disebut CSR apabila memiliki sejumlah unsur, yaitu *continuity and sustainability* (berkesinambungan dan berkelanjutan), *community empowerment* (pemberdayaan komunitas), dan *two ways communication* (komunikasi dua arah), sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan kegiatan operasional perusahaan.

Pentingnya penerapan CSR dilakukan demi memenuhi kebutuhan para *stakeholder*. Sehubungan dengan laporan tahunan, laporan tersebut dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana kinerja perusahaan dalam satu periode tertentu. CSR juga erat kaitannya dengan nilai perusahaan di mana apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik maka

akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham begitu pula sebaliknya (Almilia dan Wijayanto, 2007). Sehingga dapat dikatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja lingkungan dan nilai perusahaan. Bringham (1996) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula.

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba untuk mengungkapkan aktivitas CSR dalam pengungkapan sosial perusahaan berpengaruh secara positif dengan kinerja perusahaan. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan Dahlia dan Siregar (2008) menunjukkan hubungan positif *corporate social responsibility* dan kinerja perusahaan yang diukur dengan menggunakan ROE dan CAR. Kemudian Yuniasih dan Wirakusuma (2007) dalam penelitiannya menyatakan bahwa CSR terbukti berpengaruh positif secara statistik pada kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA dan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Harjoto dan Jo (2011) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Namun ada pula penelitian yang menemukan hasil yang berbeda. Wijayanti, dkk. (2011) menemukan hasil penelitian bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA namun berpengaruh positif terhadap ROE. Dalam Yuniasih dan Wirakusuma (2007) penelitian yang dilakukan

Suranta dan Pratana 2004 dan Kaaro (2002) menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan dengan ROA berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan yang memiliki pengungkapan laporan keuangan yang baik dan laporan informasi yang luas dalam hal ini tercermin dalam laporan *Corporate Social Responsibility* tentang perusahaan, hal ini akan menimbulkan kepercayaan stakeholder dan shareholder kepada perusahaan. Kepercayaan ini ditunjukkan dengan diterimanya produk-produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Semakin baik kinerja keuangan perusahaan maka nilai perusahaan tersebut juga akan semakin meningkat. Penerapan *corporate social responsibility* dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan, dimana para investor cenderung menanamkan modal kepada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi tanggungjawab sosial (kegiatan CSR) sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan (Zuhroh dan Sukmawati, 2003). Eipstein dan Freedman (1994) menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga manajemen perusahaan saat ini tidak hanya dituntut terbatas atas pengelolaan dana yang diberikan, namun juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan alam dan sosial. yang memiliki kepedulian sosial.

Nilai perusahaan sangat erat kaitannya dengan kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki nilai yang tinggi tidak lepas dari kinerja keuangan perusahaan. Begitu pula perusahaan yang menerapkan CSR dimana CSR yang sudah menjadi suatu kewajiban dalam Undang-undang akan mendorong peningkatan pada kinerja keuangan perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Bahkan penelitian ini mereplikasi penelitian I Nyoman Swastika dan Gerianta (2013), Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada tahun pengamatan penelitian.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dan mengambil judul : “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Pada Kinerja Keuangan Perusahaan dan Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan”.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan?
2. Apakah kinerja keuangan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ada pengaruh langsung *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?

4. Apakah kinerja keuangan dapat memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui apakah kinerja keuangan dapat memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Berdasarkan aspek teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru di bidang akuntansi, terutama yang berkaitan dengan pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung.

2. Kegunaan Praktis

Berdasarkan aspek praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan dalam menerapkan dan memanfaatkan *Corporate Social Responsibility* untuk meningkatkan kinerja keuangan dan nilai bagi perusahaannya. Selain itu, diharapkan pula dapat membantu investor untuk memilih secara bijak dalam berinvestasi.

1.4 Sistematika Penulisan

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

Bab I PENDAHULUAN berisi latar belakang masalah yang merupakan landasan pemikiran secara garis besar, baik secara teoritis dan atau fakta serta pengamatan yang menimbulkan minat dan penting untuk dilakukan. Rumusan masalah adalah pernyataan tentang keadaan, fenomena dan atau konsep yang memerlukan pemecahan dan atau memerlukan jawaban melalui suatu penelitian dan pemikiran mendalam dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan alat-alat yang relevan. Bagian tujuan penelitian mengungkap hasil yang ingin dicapai melalui proses penelitian. Bagian kegunaan penelitian diungkapkan secara khusus kegunaan yang akan dicapai dari hasil penelitian tersebut, baik dari aspek teoritis maupun aspek praktis. Sistematika penulisan mencakup uraian ringkas dari materi pada setiap bab yang akan dibahas.

BAB II TELAAH PUSTAKA berisi landasan teori dan bahasan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Dalam landasan teori dijabarkan teori-teori yang mendukung perumusan hipotesis (kalau ada) serta sangat membantu dalam analisis hasil-hasil penelitian nantinya. Sedangkan untuk telaah yang berasal dari penelitian terdahulu, diuraikan secara sistematis tentang hasil-hasil penelitian yang didapat oleh peneliti terdahulu dan berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Kerangka pemikiran dijelaskan secara singkat tentang permasalahan yang akan diteliti. Hipotesis merupakan pernyataan singkat yang disimpulkan dari telaah pustaka serta merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN berisi deskripsi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional. Bagian ini berisi variabel operasional dan definisi operasional yang membahas tentang variabel-variabel dalam penelitian yang selanjutnya harus dapat didefinisikan secara operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS diuraikan deskripsi objek penelitian, analisis kualitatif dan/atau kuantitatif, interpretasi hasil dan argumentasi terhadap hasil penelitian.

BAB V PENUTUP berisi simpulan yang merupakan ringkasan hasil penelitian, keterbatasan penelitian yang menguraikan tentang kelemahan dan kekurangan yang ditemukan setelah dilakukan analisis dan interpretasi hasil,

dan saran yang merupakan anjuran yang disampaikan kepada pihak yang berkepentingan terhadap penelitian.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

O'Donovan (2002) menyatakan bahwa;

Legitimacy theory as the idea that in order for an organization to continue operating successfully, it must act in a manner that society deems socially acceptable.

Suchman (1995) menyatakan bahwa “*Legitimacy is sought by organisations as it affects the understanding and actions of people towards the organization. People perceive a legitimate organisation as “... more trustworthy”.* (Aspinall, 2005). Lebih lanjut Suchman (1995) dalam Barkemeyer (2007) memberikan definisi mengenai *organizational legitimacy* sebagai berikut;

Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions.

Keterkaitan antara individual, organisasi, dan masyarakat dapat dipandang sebagai “*social contract*”, berdasarkan definisi teori ekonomi politik, stakeholder, dan legitimasi (Ramanathan, 1976; Deegan, 2002; Williams, 1999). Organisasi memainkan peranan penting dalam masyarakat dan mempunyai tanggung jawab untuk diakui keberadaannya

di dalam masyarakat (Farook dan Lanis, 2005). Deegan (2007) mengutip klarifikasi dari Lindblom (1994) atas perbedaan diantara “*legitimation as the process that leads an organisation being adjudged legitimate, and legitimacy as a status or condition*”. Richardson (1987) mendefinisikan “*legitimation*” sebagai proses “*which create and validate the normative order of society*”. (Hui dan Bowrey, 2008).

Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat ditempat dia berada merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. Organisasi mungkin menghadapi ancaman terhadap legitimasinya. Menurut Deegan (2004), teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha memastikan bahwa aktifitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang “sah”.

Lindblom (1994) dalam Kurnianto (2011) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi. Oleh karena itu menghadapi kegagalan kinerja perusahaan, organisasi mungkin :

- a. Mencoba membidik *stakeholdernya* tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya.
- b. Mencoba untuk mengubah persepsi stakeholder terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi).

- c. Mengalihkan (memanipulasi) perhatian dari masalah yang menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif yang tidak berhubungan dengan kegagalan-kegagalan).
- d. Mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya.

Teori legitimasi juga menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab perusahaan harus sedemikian rupa agar aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Ghazali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa guna melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate socialresponsibilities* (CSR) merupakan salah satu mekanisme yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan perusahaan dengan *stakeholders* dan disarankan bahwa CSR merupakan jalan masuk dimana beberapa organisasi menggunakannya untuk memperoleh keuntungan atau memperbaiki legitimasi (Ahmad dan Sulaiman, 2004). Deegan (2006) dan Dillard dkk. (2004) menyatakan bahwa kerangka teoritis yang menjadi kajian selama beberapa tahun untuk menjelaskan mengapa organisasi melaksanakan pelaporan sukarela terkait dengan lingkungan adalah teori legitimasi. Guthrie dan Parker (1977) menyarankan bahwa organisasi mengungkapkan kinerja lingkungan mereka dalam berbagai komponen untuk mendapatkan reaksi positif dari lingkungan dan mendapatkan legitimasi atas usaha perusahaan (Hui dan Bowrey, 2008).

Teori legitimasi memberikan solusi potensial atas studi yang mendasarkan pada kajian ekonomi. Hal ini ditemukan adanya “social contract” (Dierkes and Antal, 1985; Gray et al., 1995b) dan dimensi atas kontrak yang secara potensial dapat meningkat karena diversifikasi aktivitas internasional perusahaan. CSRD mungkin juga dapat dilihat sebagai alat untuk membentuk, mempertahankan, dan memperbaiki legitimasi perusahaan dimana mereka mengeluarkan opini dan kebijakan publik (Patten, 1991) dan dapat mereduksi *political, social and economic exposure and pressure* (Deegan dan Rankin, 1997). (Toms dkk., 2007).

2.1.2 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Agency Theory yang dikembangkan oleh Michael Johnson (Daniri, 2005), seorang professor dari Harvard, memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai *agents* bagi para pemegang saham, akan bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri, bukan sebagai pihak yang arif dan bijaksana serta adil terhadap pemegang saham sebagaimana diasumsikan dalam *stewardship model*.

Teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut (Jensen dan Meckling, 1976). Sedangkan Hendriksen dan Michael (2000) menyatakan agen menutup kontrak untuk melakukan tugas-tugas tertentu

bagi prinsipal dan prinsipal menutup kontrak untuk memberi imbalan kepada agen. Analoginya seperti pemilik perusahaan dan manajemen perusahaan.

Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemilik perusahaan sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan. Karena perbedaan kepentingan ini, masing-masing pihak berusaha memperbesar keuntungan bagi diri sendiri. *Agency theory* memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai agen bagi para pemegang saham, akan bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri (*self-interest*) bukan sebagai pihak yang arif dan bijaksana serta adil terhadap pemegang saham.

Eisenhardt menggunakan tiga asumsi sifat 13 dasar manusia untuk menjelaskan teori agensi, yaitu: (1) manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*), (2) manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*), dan (3) manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*) (Ujiyanto dan Pramuka, 2008).

Menurut Jensen dan Meckeling, adanya masalah keagenan memunculkan biaya agensi yang terdiri dari:

1. *The monitoring expenditure by the principle*, yaitu biaya pengawasan yang dikeluarkan oleh prinsipal untuk mengawasi perilaku dari agen dalam mengelola perusahaan.
2. *The bounding expenditure by the agent (bounding cost)*, yaitu biaya yang dikeluarkan oleh agen untuk menjamin bahwa agen tidak bertindak yang merugikan prinsipal.
3. *The residual loss*, yaitu penurunan tingkat utilitas prinsipal maupun agen karena adanya hubungan agensi (Siti Muyassaroh, 2008).

Konflik antara manajer dan pemegang saham atau yang sering disebut dengan masalah keagenan dapat diminimumkan dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan tersebut sehingga timbul biaya keagenan (*agency cost*). Ada beberapa alternatif untuk mengurangi *agency cost*, diantaranya dengan adanya kepemilikan saham oleh manajemen. (dikutip dari Ramadhani, 2012)

2.1.3 Corporate Social Responsibility

Perusahaan memiliki kewajiban sosial atas apa yang terjadi disekitar lingkungan masyarakat. Selain menggunakan dana dari pemegang saham, perusahaan juga menggunakan dana dari sumber daya lain yang berasal dari masyarakat (konsumen) sehingga hal yang wajar jika masyarakat mempunyai harapan tertentu terhadap perusahaan.

Pelaksanaan corporate social responsibility merupakan hal yang sangat penting karena berkaitan dengan pembentukan citra positif

perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya melihat corporate social responsibility bukan sebagai pusat biaya (*cost center*) melainkan sebagai pusat laba (*profit center*) di masa mendatang. Menurut Suharto (2008) CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan.

Tanggung jawab sosial perusahaan memberikan keuntungan bersama bagi semua pihak, baik perusahaan sendiri, karyawan, masyarakat, pemerintah maupun lingkungan. Menurut Suharto (2008) ada empat manfaat CSR terhadap perusahaan :

1. *Brand differentiation*. Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, CSR bisa memberika citra perusahaan yang khas, baik dan etis dimata publik yang pada gilirannya mencptakan customer loyalty.
2. *Human Resources*. Program CSR dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama memiliki kualifikasi tinggi. Saat interview calaon karyawan yang memiliki pendidikan dan pengalaman tinggi sering bertanya tentang CSR dan etika bisnis perusahaan, sebelum mereka memutuskan menerima tawaran. Bagi staf lama, CSR juga dapat meningkatkan persepsi, reputasi dan dedikasi dalam bekerja.
3. *License to operate*. Perusahaan yang menjalankan CSR dapat mendorong pemerintah dan publik memberi “ijin” atau “restu” bisnis.

Karena dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas.

4. *Risk Management*. Manajemen resiko merupakan isu sentral bagi setiap perusahaan. Reputasi perusahaan yang dibangun bertahun-tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan karyawan atau kerusakan lingkungan. Membangun budaya “*doing the right thing*” berguna bagi perusahaan dalam mengelola resiko-resiko bisnis.

Ada berbagai pendapat mengenai aktivitas-aktivitas yang dapat dikategorikan sebagai aktivitas sosial yang menunjukkan bentuk-bentuk keterlibatan sosial perusahaan terhadap masyarakat. Salah satunya menurut Kotler dan Lee (dikutip oleh Masnila 2010) aktivitas yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial ke dalam enam kelompok kegiatan yaitu :

1. *Promotion*. Kegiatan ini merupakan aktivitas sosial yang dilakukan melalui *persuasive communications* dalam rangka meningkatkan perhatian dan kepedulian terhadap hal-hal yang berkaitan dengan isu sosial yang sedang berkembang.
2. *Marketing*. Aktivitas ini dilakukan dengan cara mendukung atau pengembangan dan atau penerapan suatu behavior change dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kesehatan masyarakat.
3. *Corporate social marketing*. Aktivitas ini dilakukan dengan cara mendukung atau pengembangan dan atau penerapan suatu behavior change dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kesehatan masyarakat.

4. *Corporate philanthropy*. Aktivitas ini merujuk pada kegiatan yang diberikan langsung.
5. *Community volunteering*. Kegiatan ini merupakan bentuk aktivitas sosial yang diberikan perusahaan dalam rangka memberikan dukungan bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Dukungan tersebut dapat diberikan berupa keahlian, talenta, ide dan atau fasilitas laboratorium.
6. *Social responsibility business practise*. Aktivitas ini merupakan kegiatan penyesuaian dan pelaksanaan praktik-praktik operasional usaha dan investasi yang mendukung peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat dan melindungi atau menjaga lingkungan, misalnya membangun fasilitas pengelolaan limbah, memilih supplier dan atau kemasan yang ramah lingkungan dan lain lain.

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut :

1. *Basic Responsibility* (BR)

Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan, yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti : perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan dan memuaskan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.

2. *Organization responsibility (OR)*

Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan “stakeholder” seperti pekerja, pemegang saham dan masyarakat sekitarnya.

3. *Societal Responses (SR)*

Pada level ketiga menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungan secara keseluruhan.

2.1.4 *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure*

Corporate Social Responsibility adalah proses pengkomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan-tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan (Gray et. Al., 1987 dalam Rosmastia, 2007). Pengungkapan terhadap aspek *social, ethical, enviromental* dan *sustainability* merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk menyampaikan bentuk akuntabilitasnya kepada *stakeholders*.

Dengan laporan pertanggungjawaban sosial, masyarakat akan mengetahui aktivitas-aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan. Hal ini penting mengingat masyarakat merupakan salah satu pihak yang merasakan dampak dari aktivitas perusahaan, terutama dampak negatif

yang mungkin timbul akibat aktivitas perusahaan. Dengan melakukan praktik dan pengungkapan CSR, perusahaan akan mendapatkan manfaat antara lain : peningkatan penjualan, menurunkan biaya operasi, serta meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor dan analisis keuangan (csrnetwork.org, 2006 dalam Said et.al., 2009).

Menurut Gray et. al dalam sembirig (2005) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilakukan.

Pendekatan alternatif kedua dengan meletakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Murtanto (2006) dalam Media Akuntansi, pengungkapan kinerja perusahaan sering kali dilakukan secara sukarela (voluntary

disclosure) oleh perusahaan. Adapun alasan-alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela yaitu :

1. *Internal Decision Making* : Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Walaupun sulit diidentifikasi dan diukur, namun analisis secara sederhana lebih baik daripada tidak sama sekali.
2. *Product Differentiation* : Manajer perusahaan memiliki intensif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat. Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya dan manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan yang tidak peduli sosial akan terlihat lebih sukses daripada perusahaan yang peduli. Hal ini mendorong perusahaan yang peduli sosial untuk mengungkapkan informasi tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan mereka dari perusahaan lain.
3. *Enlightened Self Interest* : perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para stakeholder karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Pertanggungjawaban sosial berhubungan juga dengan *social contract theory*. Menurut teori ini, diantara bisnis perusahaan dan masyarakat terdapat suatu kontrak sosial yang secara implisit maupun eksplisit.

Dimana dalam kontrak sosial, akuntansi sosial digunakan sebagai serangkaian teknik pengumpulan dan pengungkapan data sehingga memungkinkan masyarakat untuk mengevaluasi kinerja sosial organisasi dalam memberi penilaian mengenai kelayakan operasi organisasi menurut Parker (2002) dalam Nur Cahyonowati (2003). Disamping itu pertanggung jawaban perusahaan diperlukan untuk menilai apakah kegiatan perusahaan telah memenuhi ketentuan, standar dan peraturan yang berlaku, misalnya mengenai polusi, kesehatan dan keselamatan, bahaya penggunaan bahan-bahan yang beracun.

Pengungkapan CSR merupakan bagian dari akuntansi pertanggung jawaban sosial yang mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholders* (Cheng dan Christiawan, 2011). Akuntansi pertanggung jawaban dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana organisasi atau perusahaan memberikan kontribusi positif maupun negatif terhadap kualitas hidup manusia dan lingkungannya (Guthrie dan Parker, 1990 dalam Sayekti Ludovicus, 2007).

Di Indonesia praktik pengungkapan tanggung jawab sosial diatur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Paragraf 9 yang menyatakan bahwa :

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.

Pengungkapan tanggungjawab sosial ini juga terdapat dalam keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam) No. KEP-38/PM/1996 peraturan No. VIII.G.2 tentang Laporan Tahunan. Peraturan ini berisi mengenai kebebasan bagi perusahaan untuk memberikan penjelasan umum mengenai perusahaan, selama hal tersebut tidak menyesatkan dan bertentangan dengan informasi yang disajikan dalam bagian lainya. Penjelasan umum tersebut dapat berisi uraian mengenai keterlibatan perusahaan dalam kegiatan pelayanan masyarakat, program kemasyarakatan, amal, atau bakti sosial lainnya serta uraian mengenai program perusahaan dalam rangka pengembangan SDM.

Kegiatan tanggung jawab sosial yang dulunya bersifat sukarela yaitu tanpa paksaan. Berubah menjadi wajib (mandatory) bagi perusahaan yang memiliki kriteria seperti disebutkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan Terbatas pasal 74 menyatakan bahwa : Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaanya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. Jika perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tanggung jawab sosial akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan undang-undang.

Perusahaan tidak hanya wajib melakukan kegiatan pertanggungjawaban sosial, dalam UU No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) tentang perseroan terbatas juga mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya didalam laporan tahunan. Walaupun pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia sudah wajib diungkap, namun item-item CSR yang diungkapkan oleh perusahaan merupakan informasi yang masih bersifat sukarela.

Pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dilakukan dengan mengungkapkannya kedalam laporan tahunan perusahaan atau dengan mengungkapkannya dalam laporan yang terpisah dari laporan tahunan. Di Indonesia, perusahaan perusahaan lebih umum mengungkapkan tanggung jawab sosial ke dalam laporan tahunan.

Saat ini pelaporan perusahaan berkembang mengenai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan yang berdiri sendiri dan terpisah dari laporan tahunan perusahaan yang dikenal dengan Sustainability Report (Darwin, 2004). Menurut Elkington (1997) dalam Mulia (2009) salah satu model awal bagi perusahaan dalam menyusun *sustainability report* adalah dengan menggunakan konsep *triple bottom line*. Konsep *triple bottom line* memperhatikan tiga aspek yaitu *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice*. Berdasarkan ketiga konsep ini, perusahaan ingin terus berkelanjutan harus melihat dampak ekonomi, sosial dan lingkungan yang timbul dari operasi perusahaan.

Menurut Witoelar (2005) dalam Mulia (2009) ada beberapa manfaat yang diperoleh perusahaan yang menerbitkan *sustainability report*, antara lain :

1. Meningkatkan citra perusahaan.
2. Disukai konsumen.
3. Diminati oleh investor.
4. Dipahami oleh stakeholder.

Sekarang ini *sustainability report* perusahaan-perusahaan hampir di seluruh dunia menggunakan standar pelaporan yang digagas oleh GRI (*Global Reporting Initiative*). Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI muncul sebab akibat dari adanya *sustainability development*. *Sustainability reporting* dalam standar pelaporan GRI memperhatikan tiga aspek atau indikator yaitu indikator kinerja ekonomi (*economic performance indicators*), indikator kinerja lingkungan (*enviromental performance indicators*), dan indikator sosial (*social performance indicators*).

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam bagian ini akan dijelaskan mengenai penelitian-penelitian terdahulu mengenai *Corporate Social Responsibility, Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan*.

1. Dahlia dan Siregar (2008)

Dalam penelitian Dahlia dan Siregar menggunakan CSR sebagai variabel bebas dan kinerja keuangan yang diwakili oleh ROE dan CAR sebagai variabel terikat serta menggunakan *leverage, size, growth dan unexpected return* sebagai variabel control. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan publik yang tercatat di BEI selama tahun 2005 dan 2006 yang menerbitkan laporan tahunan atau dokumen lain perusahaan secara lengkap baik secara fisik maupun website. Dalam penelitian ini dihasilkan bahwa terdapat pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. CSR berpengaruh positif terhadap ROE namun tidak berpengaruh terhadap CAR.

2. Nurlela dan Islahuddin (2008)

Nurlela dan Islahuddin (2008) meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating, dengan mengambil sampel perusahaan-perusahaan sektor non keuangan yang terdaftar di BEJ untuk tahun 2005. Berdasarkan *Indonesian Capital Market Directory* perusahaan yang terdaftar di BEJ selama tahun 2005 berjumlah 340 perusahaan, setelah diolah ternyata hanya menggunakan 41 perusahaan di dalam penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, prosentase kepemilikan, serta interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai

perusahaan. menunjukkan bahwa CSR berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

3. Sindhu dipta dan Yasa (2013)

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 303 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011 dengan menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependend , CSR sebagai variabel independen dan kinerja perusahaan sebagai variabel mediasi .. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur atau *path analysis*. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa variabel kinerja keuangan tidak mampu memediasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Tidak mampunya kinerja keuangan memediasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan disebabkan karena proksi ROA belum mampu menggambarkan kinerja keuangan perusahaan yang sebenarnya.

4. Isnaeni Ken Zuraedah (2010)

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2010 dengan variabel dependennya nilai perusahaan, variabel independen kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA dan variabel moderasi menggunakan Corporate Social Responsibility. Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini adalah kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA berpengaruh signifikan dengan Nilai perusahaan. CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Variabel	Analisis Statistik	Hasil Penelitian
Dahlia dan Siregar (2008)	Dependenden : CSR Independenden : Kinerja Keuangan (ROA dan CAR) Variabel Terikat : Lverage, Size, Growth, Unexpected Returns	Regresi Linear Berganda	CSR berpengaruh positif terhadap ROE namun tidak berpengaruh terhadap CAR
Sindhudipta dan Yasa (2013)	Dependenden : Nilai perusahaan Independenden : CSR Mediasi : Kinerja Perusahaan	Analisis Path	variabel kinerja keuangan tidak mampu memediasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan
Rika Nurlela dan Ishlahudin (2008)	Dependenden : <i>Corporate Social Responsibility</i> Independenden : Nilai Perusahaan	Regresi Linier berganda	CSR secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan,
Isnaeni Ken Zuraedah (2010)	Dependenden : Nilai Perusahaan Independenden : Kinerja Keuangan (ROA) Moderasi : Coorporate Social Responsibility	Regresi Berganda	Kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROA berpengaruh signifikan dengan Nilai perusahaan. CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

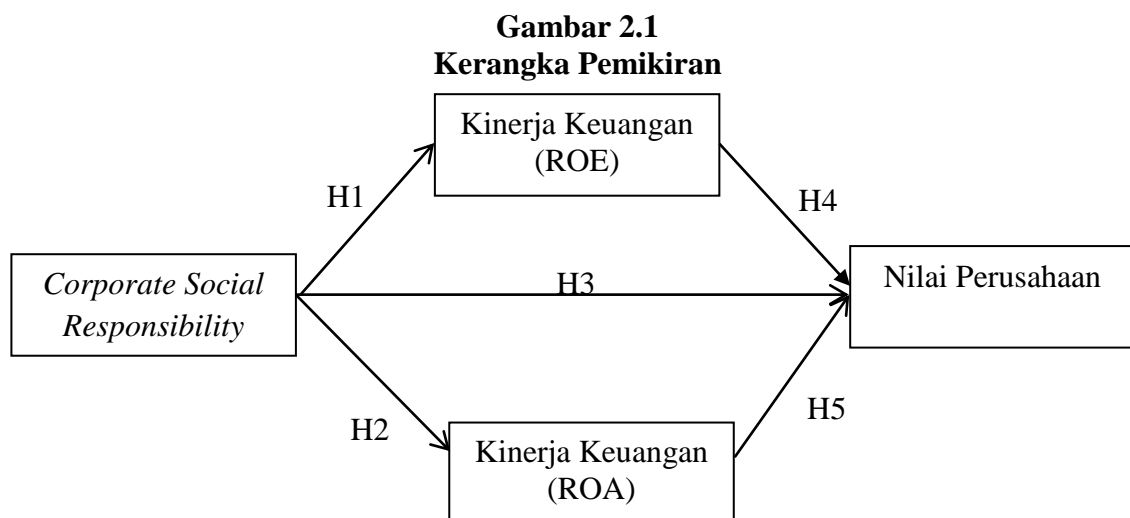
Sumber : Data sekunder yang diolah, 2014

Penelitian ini mereplikasi penelitian I Nyoman Swastika dan Gerianta (2013), yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada tahun pengamatan penelitian.

2.3 Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka penelitian ini akan dibahas mengenai hubungan antarvariabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Pembahasan hubungan antar variabel juga akan divisualisasikan ke dalam gambar 2.1 sebagai berikut.

Gambar ini menjelaskan hubungan antara Corporate Social Responsibility sebagai variabel independen, kinerja keuangan yang diprosikan dengan *ROA dan ROE sebagai variabel intervening* , dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja

Keuangan Perusahaan (*Return On Equity*)

Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang baik memiliki tingkat pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR. Pengungkapan yang semakin luas akan memberikan sinyal positif kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder*) maupun para pemegang saham perusahaan (*shareholder*). Semakin luas informasi yang disampaikan kepada *stakeholder* dan *shareholder* maka akan semakin memperbanyak informasi yang diterima mengenai perusahaan. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan *stakeholder* dan *shareholder* kepada perusahaan. Kepercayaan ini ditunjukkan *stakeholder* dengan diterimanya produk-produk perusahaan sehingga akan meningkatkan ROE perusahaan.

Penelitian Dahlia dan Siregar (Rustiarini, 2010) menemukan bahwa aktivitas CSR terbukti berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Namun ada pula penelitian yang menemukan hasil yang berbeda. Larasati (2012) meneliti pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan NPM dan ROE. Hasil yang didapat adalah CSR berpengaruh positif terhadap NPM dan ROE namun tidak signifikan. Wijayanti, dkk. (2011) menemukan hasil penelitian bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE.

Legitimacy theory mengungkapkan bahwa perusahaan secara kontinyu berusaha untuk bertindak sesuai dengan batas-batas dan norma-norma dalam masyarakat, atas usahanya tersebut perusahaan berusaha agar aktivitasnya diterima menurut persepsi pihak eksternal (Deegan, 2000 dalam Febrina dan Suaryana, 2011). Legitimasi didapatkan jika apa yang dijalankan oleh perusahaan telah selaras dengan apa yang juga diinginkan oleh masyarakat. Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR dari penggunaan modal yang dimiliki perusahaan diharapkan akan meningkatkan rasio profitabilitas (*Return On Equity*). Hubungan ini yang akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR dari penggunaan sebagian modal yang dimilikinya sehingga dengan tujuan meningkatkan *return on equity*. Maka dapat dirumuskan dalam hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Equity*

2.4.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja

Keuangan Perusahaan (*Return On Asset*)

Kinerja perusahaan sendiri dapat dilihat dari beberapa aspek salah satunya adalah tingkat profitabilitas sebagai ukuran kinerja keuangan suatu perusahaan. Saat ini para investor mulai melirik perusahaan-perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial serta memiliki laporan keuangan yang baik.

Legitimacy theory mengungkapkan bahwa perusahaan secara kontinyu berusaha untuk bertindak sesuai dengan batas-batas dan norma-norma dalam masyarakat, atas usahanya tersebut perusahaan berusaha agar aktivitasnya diterima menurut persepsi pihak eksternal (Deegan, 2000 dalam Febrina dan Suaryana, 2011). Legitimasi didapatkan jika apa yang dijalankan oleh perusahaan telah selaras dengan apa yang juga diinginkan oleh masyarakat. Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR dari penggunaan modal yang dimiliki perusahaan diharapkan akan meningkatkan rasio profitabilitas (*Return On Assets*). Hubungan ini yang akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR dari penggunaan sebagian modal yang dimilikinya sehingga dengan tujuan meningkatkan *return on assets*.

Hasil Wardhani (2007) *Corporate Social Reporting* berpengaruh positif terhadap ROA perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang melaksanakan CSR yang dapat dilihat dari *Corporate Social Reporting* akan mendapat banyak keuntungan seperti kesetiaan pelanggan dan kepercayaan dari kreditor dan investor. Hal ini akan memicu keuangan perusahaan menjadi lebih baik sehingga laba perusahaan meningkat dan akan diikuti oleh kenaikan ROA perusahaan di tahun berikutnya. Namun penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti, dkk. (2011) menemukan hasil penelitian bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan berkaitan erat dengan profitabilitas perusahaan (*Return On Asset*). Hal ini dapat dilihat pada

perusahaan-perusahaan yang menjalankan dan mengungkapkan aktivitas CSR. Perusahaan-perusahaan yang dapat menjalankan dan mengungkapkan aktivitas CSR dengan baik dapat meningkatkan reputasi serta dapat mengurangi biaya atas kemungkinan tuntutan atau protes yang akan terjadi, sehingga profitabilitas perusahaan dapat meningkat.

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah diyakini mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang dilakukan pihak manajemen untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan, maka hipotesis yang dapat dikemukakan adalah:

H2 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Asset*

2.4.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian

terhadap lingkungan di sekitar perusahaan akan memberikan nilai perusahaan yang baik.

Hasil penelitian Harjoto dan Jo (2011) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Alexander dan Buchloz (1978) dalam Rustiarini (2010) tidak menemukan adanya pengaruh antara pengungkapan sosial dengan harga saham. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008) yang tidak menemukan adanya pengaruh antara CSR dengan nilai perusahaan.

Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat ditempat dia berada merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. Organisasi mungkin menghadapi ancaman terhadap legitimasinya. Menurut Deegan (2004), teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha memastikan bahwa aktifitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang "sah". Nurlela dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor. Sehingga pengungkapan CSR oleh perusahaan akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Maka dapat dirumuskan dalam hipotesis sebagai berikut :

H3 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.4 Pengaruh *Return On Equity* sebagai Variabel Intervening Dalam Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan

Kinerja keuangan perusahaan (ROE) merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Kinerja keuangan perusahaan dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, karena semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *powernya* bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan deviden sebagai hasil keuntungan yang tinggi.

Pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan.

Hasil penelitian Herdiana dalam penelitiannya menyatakan bahwa CSR terbukti berpengaruh negatif pada kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROE dan berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Tetapi penelitian yang dilakukan Yuniasih dan Wirakusuma (2008) yang

menyatakan bahwa pengungkapan CSR dapat memoderasi pengaruh kinerja keuangan (ROA dan ROE) terhadap nilai perusahaan.

Teori legitimasi mengungkapkan bahwa CSR mungkin juga dapat dilihat sebagai alat untuk membentuk, mempertahankan, dan memperbaiki legitimasi perusahaan dimana mereka mengeluarkan opini dan kebijakan publik (Patten, 1991) dan dapat mereduksi *political, social and economic exposure and pressure*. Pengaruh pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan yang memberikan pengaruh terhadap *return on equity* yang diperoleh perusahaan, sehingga akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Maka dapat dirumuskan dalam hipotesis sebagai berikut :

H4 : Kinerja Keuangan (ROE) dapat memediasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

2.4.5 Pengaruh *Return On Asset* sebagai Variabel Intervening Dalam Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan

Pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hal tersebut dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah lingkungan.

Corporate Social Responsibility akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat *Return On Asset* perusahaan meningkat.

Hasil penelitian Yuniasih dan Wirakusuma (2007) dalam penelitiannya menyatakan bahwa CSR terbukti berpengaruh positif secara statistik pada kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA dan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Yuniasih dan Wirakusuma (2007) penelitian yang dilakukan Suranta dan Pratana 2004 dan Kaaro (2002) menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan dengan ROA berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang menguji hubungan antara beberapa ukuran kinerja sosial perusahaan dan ukuran-ukuran kinerja keuangan jangka panjang dengan menggunakan ukuran-ukuran akuntansi atau keuangan pada profitabilitas (Tsoutsoura, 2004). Rasio profitabilitas yang sering digunakan untuk melihat hubungan antara CSR dan kinerja keuangan adalah *return on asset*.

Teori legitimasi mengungkapkan bahwa CSR mungkin juga dapat dilihat sebagai alat untuk membentuk, mempertahankan, dan memperbaiki legitimasi perusahaan dimana mereka mengeluarkan opini dan kebijakan publik (Patten, 1991) dan dapat mereduksi *political, social and economic exposure and pressure*. Pengaruh pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan yang memberikan pengaruh terhadap *return on assets* yang diperoleh perusahaan.

Apabila pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan memberikan pengaruh terhadap *return on asset*, sehingga akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka dapat dirumuskan dalam hipotesis sebagai berikut:

H5 : Kinerja Keuangan (ROA) dapat memediasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Varibel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variable dependen, variabel independen, dan variabel intervening.

1. Variabel independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen.

2. Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variable dependen. Dalam penelitian ini kinerja keuangan (*Return On Equity* dan *Return On Asset*) digunakan sebagai variable intervening.

3. Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan.

3.1.2 Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Independen

Informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu :

a. Ekonomi

Dimensi ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kondisi ekonomi dari stakeholder dan system ekonomi pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global. Indikator ekonomi menggambarkan:

- 1) Arus modal di antara berbagai pemangku kepentingan; dan
- 2) Dampak ekonomi utama dari organisasi seluruh masyarakat.

b. Lingkungan

Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kehidupan di dalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara, dan air. Indikator kinerja lingkungan terkait dengan input (bahan, energi, air) dan output (emisi/gas, limbah sungai, limbah kering/sampah). Selain itu, kinerja mereka mencakup kinerja yang berkaitan dengan keanekaragaman hayati, kepatuhan lingkungan, dan informasi yang berkaitan lainnya seperti limbah lingkungan dan dampak dari produk dan jasa.

c. Sosial

Dimensi sosial menyangkut keberlanjutan sebuah organisasi telah berdampak di dalam sistem sosial yang beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktek perburuhan/tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan tanggung jawab produk. Mengingat masih sedikitnya perusahaan di Indonesia yang melaporkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungannya dalam bentuk *sustainability reporting*, maka penelitian ini pun terbatas hanya pada data-data yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini agar tidak terjadi kesenjangan antara perusahaan yang sudah membuat *sustainability reporting* dengan perusahaan yang belum membuatnya (Dahli dan Siregar, 2008).

Penghitungan CSR dilakukan dengan menggunakan variable dummy yaitu :

Skor 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Skor1 :Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Indeks pengungkapan CSR berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*), yaitu sebagai berikut :

1) Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)

- 2) Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
- 3) Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
- 4) Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
- 5) Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
- 6) Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

Untuk penelitian ini indikator yang digunakan hanyalah tiga kategori, yaitu indikator kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Indikator kinerja sosial mencakup empat indikator yang terdiri dari : indikator kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial/kemasyarakatan, dan produk.

2. Variabel Intervening

Kinerja keuangan merupakan variabel intervening dalam penelitian ini, disimbolkan dengan kinerja keuangan adalah *Return On Equity* (ROE) dan *Return On Assets* (ROA) yang didapatkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang *go public*, selama periode penelitian.

$$a. \text{ ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

$$b. \text{ ROE} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

3. Variabel Dependen

Nilai perusahaan merupakan gambaran dari kesejahteraan pemegang saham. Semakin tinggi nilai perusahaan maka dapat menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya. Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Dalam neraca keuangan, ekuitas menggambarkan total modal perusahaan. Selain itu, nilai pasar bisa menjadi ukuran nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan variabel *dependent* yang dapat diukur dengan menggunakan rumus Tobin's Q, dengan rumus sebagai berikut :

$$Q = \frac{EMV + D}{EBV} \dots\dots\dots (\text{Brigham, 2001})$$

dimana :

Q = Nilai perusahaan

MVE = Nilai Pasar Ekuitas (*Equity Market Value*), diperoleh dengan harga saham penutupan dikalikan dengan jumlah saham yang beredar.

D = Nilai buku dari total hutang

BVE = Nilai buku dari ekuitas (*Equity Book Value*), yang diperoleh dari selisih total assetperusahaan dengan total kewajiban.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010–2013. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yaitu tipe pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2010–2013.
2. Perusahaan memiliki laporan tahunan tahun 2010 - 2013, memiliki data keuangan dan data pasar yang lengkap.
3. Perusahaan Non Keuangan.
4. Perusahaan yang tidak pernah mengalami kerugian selama tahun 2010-2013.

3.3 Sumber Data

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

1. Data *Annual Report* perusahaan non keuangan tahun 2010–2013 dari website www.idx.co.id.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data empiris yaitu berupa sumber data yang dibuat oleh perusahaan seperti laporan tahunan (annual report) dan laporan keuangan. Data diperoleh dengan mengakses website Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.com. Data yang diambil dari website berupa data laporan tahunan perusahaan (annual report) yang listed di BEI pada tahun 2010 - 2013 dengan cara mendownload semua data laporan tahunan yang dibutuhkan.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan langkah studi dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data melalui dokumen. Selanjutnya adalah studi pustaka yaitu pengumpulan data sebagai landasan teori serta penelitian terdahulu didapat dari dokumen-dokumen, buku-buku, internet serta sumber data tertulis lainnya baik yang berupa teori, laporan penelitian atau penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan informasi yang dibutuhkan.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah sebuah informasi dan merupakan pengenalan atas informasi data yang dimiliki dan tidak dapat digunakan dalam pengujian hipotesis. Analisis statistik deskriptif ini digunakan untuk menyajikan dan menganalisis data disertai dengan perhitungan untuk

memperjelas kondisi atau karakteristik data yang bersangkutan. Menurut Ghozali (2011) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Persyaratan dalam analisis regresi adalah uji asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, gejala autokorelasi dan gejala normalitas. Model regresi yang baik, mempunyai distribusi data normal, tidak ada heteroskedastisitas, tidak ada multikolinearitas, dan tidak terjadi autokorelasi. Pengujian-pengujian asumsi klasik tersaji sebagai berikut :

1. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan mengetahui apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ($t-1$). Model regresi mensyaratkan tidak boleh terjadi autokorelasi. Cara mendeteksi gejala autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson (DW test). Menurut Sulaiman (2002) model terbebas dari masalah autokorelasi bila nilai DW diantara 1,65 sampai dengan 2,35.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah model regresi ditemukan adanya korelasi sempurna atau korelasi yang tinggi antar

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

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2007). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji *glejser*.

4. Uji Normalitas Data

Model regresi yang baik, apabila datanya berdistribusi normal. Uji normalitas menggunakan analisis statistik yaitu *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Distribusi data bersifat normal apabila residual error menghasilkan Asymp. Sig (2-tailed) di atas tingkat signifikan sebesar 0,05 (probabilitas $< 0,05$) dan sebaliknya apabila residual menghasilkan Asymp. Sig (2-tailed) di bawah tingkat signifikan sebesar 0,05

(probabilitas $< 0,05$) maka distribusi data dalam analisis regresi tidak normal.

3.5.3 Uji Model (Koefisien Determinasi)

Uji model dalam penelitian ini dilakukan dengan uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) untuk mengetahui seberapa besar prosentase yang mampu dijelaskan oleh variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening.

Jika nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh dari hasil perhitungan menunjukkan semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar sehingga model yang digunakan semakin besar dalam menerangkan variabel terikat. Sebaliknya jika nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan semakin kecil, maka model yang digunakan semakin lemah dalam menerangkan variabel terikat. Secara umum dapat dikatakan bahwa besarnya nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) berada antara angka 0 dan angka 1 atau $0 \leq \text{Adjusted R Square} \leq 1$.

3.5.4 Uji Pengaruh Simultan (Uji Statistik F)

Untuk pengujian hipotesis, uji yang pertama dilakukan adalah uji F atau uji pengaruh simultan. Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan

mempengaruhi variabel independen (Ghozali, 2011). Pada uji F ini apabila nilai F lebih besar dari 4 maka dapat dikatakan semua variable independen mempengaruhi variable dependen. Apabila nilai probabilitas lebih kecil dari 0.05, maka model regresi akan dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

3.5.5 Uji t

Uji hipotesis selanjutnya adalah uji pengaruh parsial atau uji t. Uji statistik t ini digunakan untuk mengetahui pengaruh pada masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Uji ini menggunakan level signifikansi 0.10 (10%). Pengukuran uji ini menjelaskan penerimaan atau penolakan hipotesis yang didasarkan pada kriteria berikut:

- a. Apabila nilai signifikansi > 0.10 maka hipotesis ditolak dan koefisien regresi tidak signifikan.
- b. Apabila nilai signifikansi ≤ 0.10 maka hipotesis tidak dapat ditolak dan koefisien regresi signifikan.

3.5.6 Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini analisis regresi dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*), yang pertama analisis regresi langsung (untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas) dan yang

kedua adalah analisis regresi dengan variabel intervening yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan diintervening kinerja keuangan.

Adapun model matematis analisis regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Model I :

$$Y_1 = \beta_1 X + e_1$$

Model II :

$$Y_2 = \beta_{21} + e_2$$

Model III :

$$Z = \beta_3 X + \beta_4 Y_1 + \beta_5 Y_2 + e_3$$

Keterangan :

Y_1 dan Y_2 = *Return On Asser* dan *Return On Equity*

Z = Nilai Perusahaan

β = Koefisien Regresi

X = *Corporate Social Responsibility*

e_{1-3} = Standardized Error (Residu).

3.5.7 Analisis Intervening

Intervening merupakan variabel antara yang berfungsi memediasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Untuk

menguji pengaruh variabel mediasi (*intervening*) digunakan metode analisis jalur (*path analysis*).

Analisis jalur merupakan perluasan analisis regresi yang digunakan untuk menaksir hubungan kasualitas antar variabel (*model causal*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

Analisis jalur sendiri tidak dapat menentukan hubungan sebab akibat dan tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kasualitas antar hubungan, yang dapat dilakukan oleh analisis jalur (*path analysis*) adalah menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kasualitas imajiner.

Untuk mengetahui efek mediasi dari suatu variabel *intervening* digunakan Analisis Jalur atau *Path Analysis*. Variabel *intervening* merupakan variabel antara atau mediating, yang fungsinya untuk memediasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Analisis Jalur merupakan perluasan dari analisis regresi berganda. Analisis Jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kasualitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

3.5.8 Pengujian Hipotesis

1. Uji Hipotesis 1 dan 2

Pengujian hipotesis 1 dan hipotesis 2 dalam penelitian ini menggunakan kriteria sebagai berikut :

a. Hipotesis Statistik

$$H_0 = \beta = 0$$

Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$$H_a = \beta \neq 0$$

Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Signifikansi

Pengujian signifikansi dalam penelitian ini menggunakan perbandingan antara signifikansi hitung dengan taraf signifikansi dengan syarat 0,05.

Penentuan kriteria pengujian dalam uji signifikansi sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai signifikansi atau ($0,05 \leq \text{signifikansi}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.
- 2) Jika nilai signifikansi 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai signifikansi atau ($0,05 \geq \text{signifikansi}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.