

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

**(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2009 – 2013)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

**YUSRI RAMADHANA
NIM 12030113183011**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015**

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

**(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2009 – 2013)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

**YUSRI RAMADHANA
NIM 12030113183011**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Yusri Ramadhana
Nomor Induk Mahasiswa : 12030113183011
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2009-2013)**

Dosen Pembimbing : DR. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, 16 Juni 2015

Dosen Pembimbing,

(DR. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt.)

NIP. 197204212000122001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Yusri Ramadhana
Nomor Induk Mahasiswa : 12030113183011
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2009-2013)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 29 Juni 2015

Tim Penguji

1. DR. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt. (.....)
2. Dul Muid, S.E., M.Si., Akt. (.....)
3. Drs. Sudarno, M.Si., Akt., Ph.D. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Yusri Ramadhana, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2009-2013)”**, 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 symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/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, 16 Juni 2015

Yang membuat pernyataan,

(Yusri Ramadhana)

NIM. 12030113183011

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum kecuali kaum itu sendiri yang mengubah apa-apa yang ada pada diri mereka,” (Q.S. Ar-Raad: 11)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan, ada kemudahan,” (Q.S. Al-Insyirah: 5)

Dari Abu Hurairah, dia berkata: Rasulullah SAW bersabda: Allah berfirman:

“Aku menurut sangkaan hamba-Ku kepada-Ku. Aku bersamanya apabila dia mengingat-Ku. Jika dia mengingat-Ku dalam dirinya, maka Aku mengingatnya dalam diri-Ku. Jika dia mengingat-Ku dalam suatu kelompok, Aku mengingatnya dalam kelompok yang lebih baik dari kelompok mereka. Jika dia mendekati-Ku satu jengkal, maka Aku mendekatinya satu hasta. Jika dia mendekati-Ku satu hasta, maka Aku mendekatinya satu lengan. Jika dia datang kepada-Ku dengan berjalan, maka Aku datang kepadanya dengan berlari”. (Shahih al-Bukhari)

“BERMIMPI, BERDOA dan BERLARILAH lebih kencang daripada mimpimu”
(Yusri Ramadhana)

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK:

ALLAH SWT Tercinta dan Teladan Terbaikku, Muhammad SAW..

Alm. Papa di surga, Mama, Rizki, Ira, dan Aru Tercinta..

Sahabat-sahabat terbaikku yang setia menemaniku..

Terima Kasih Banyak..

ABSTRACT

This study aims to determine how the effect of the practice of Corporate Social Responsibility (CSR) by companies to the corporate performance, specifically corporate financial performance (accounting-based view) and corporate market performance (market-based view). In this study, the independent variable CSR that consists of six categories of CSR according to Global Reporting Initiative (GRI) namely economical impact, employment, environment, product responsibility, Social-Human Rights, and local people and based on Clarkson stakeholder framework will be tested its effect on the dependent variable corporate's financial performance which is proxied by Return on Assets (ROA), Return On Equity (ROE), and Return On Sales (ROS) and corporate 's market performance 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 2009-2013 with the total sample were 617 companies which determined by purposive sampling method. 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 positive and significant effect on the corporate's financial performance and corporate's market performance. This study also found that the corporate's size has positive and significant effect on corporate's market performance; leverage has negative and significant effect on the corporate's financial performance, and has positive and significant effect on corporate's market performance; the corporate's sales growth has positive and significant effect on corporate's financial performance and corporate's market performance.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), corporate's performance, 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 (dari sudut pandang akuntansi) dan kinerja pasar perusahaan (dari sudut pandang pasar). Dalam penelitian ini, variabel independen CSR yang terdiri dari enam aspek dasar CSR menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) dan berdasarkan kerangka pemikiran *stakeholder* Clarkson yaitu dampak ekonomi, kepedulian lingkungan, ketenagakerjaan, sosial HAM, kemasyarakatan, dan tanggung jawab produk akan diuji pengaruhnya terhadap variabel dependen kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan oleh penjumlahan *Return on Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Return On Sales* (ROS), dan variabel kinerja pasar perusahaan yang diproksikan oleh Tobin's q . Dalam penelitian ini digunakan juga variabel kontrol yaitu *size* (ukuran perusahaan), *growth* (pertumbuhan penjualan), dan *leverage*.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar (listing) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2009-2013 dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 617 perusahaan yang ditentukan melalui metode *purposive sampling*. 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 penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan dan terhadap kinerja pasar perusahaan. Penelitian ini juga menemukan bahwa *size* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar perusahaan; *leverage* perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, sedangkan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar perusahaan; *Growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan dan kinerja pasar perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), kinerja perusahaan, *size* (ukuran perusahaan), *growth* (pertumbuhan penjualan), *leverage*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2009-2013)”** 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. DR. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu, dan kebijaksanaannya kepada penulis dengan tulus.
2. DR. Darsono S.E., M.B.A., Akt. selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingannya selama masa studi.
3. Prof. DR. Muchamad Syafrudin, M.Si., Akt., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
5. Para Staf dan Pegawai Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan bantuannya kepada penulis selama ini.
6. BPK RI yang telah memberikan kesempatan berharga dan dukungan kepada penulis untuk mendapatkan beasiswa S1 UNDIP hingga lulus dengan baik.
7. Sahabat-sahabat terbaikku The Winning Eleven Undip '13 BPK RI yang selalu memberikan hangatnya persahabatan.
8. Keluarga tercinta (Alm. Papah, Mamah, Rizki, Ira, Nenek) dan Kekasihku Aru serta Bapak dan Ibu Aru yang selalu setia memberikan doa tulus terbaiknya untuk menjadi tangan tak terlihatku dari jauh di Jakarta dan Mojokerto.

9. Semua pihak yang belum tersebut namanya satu persatu yang turut serta mendoakan dan membantu penulis hingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik.

Semarang, 16 Juni 2015

Yusri Ramadhana

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	10
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i>	10
2.1.2 Teori Legitimasi	12

2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	13
2.1.3.1 Pentingnya CSR	16
2.1.3.2 CSR di Indonesia.....	18
2.1.4 Analisa <i>Cost-Benefit</i>	23
2.1.5 Kinerja Perusahaan	25
2.1.6 Penelitian Terdahulu	26
2.2 Kerangka Pemikiran	34
2.3 Hipotesis.....	35
2.3.1 Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (CFP)	35
2.3.2 Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Pasar Perusahaan	38
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	42
3.1.1 Variabel Penelitian	42
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	42
3.1.2.1 Variabel Dependen	42
3.1.2.2 Variabel Independen	47
3.1.2.3 Variabel Kontrol	49
3.2 Populasi dan Sampel	51
3.3 Jenis dan Sumber Data	53
3.4 Metode Pengumpulan data	53
3.5 Metode Analisis	53

3.5.1 Statistik Deskriptif	53
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	53
3.5.2.1 Uji Normalitas	54
3.5.2.2 Uji Multikolinieritas	55
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	55
3.5.3 Uji Hipotesis	56
3.5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	56
3.5.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)	57
3.5.3.3 Uji F	57
3.5.3.4 Uji t	58
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	59
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	59
4.2 Analisis Data	60
4.2.1 Statistik Deskriptif	60
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	62
4.2.2.1 Uji Normalitas	63
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas	72
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	73
4.2.3 Uji Hipotesis	74
4.2.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.2.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)	75
4.2.3.3 Uji F	77

4.2.3.4 Uji t	77
4.3 Interpretasi Hasil	78
4.3.1 Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	78
4.3.2 Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Pasar Perusahaan	82
BAB V PENUTUP	87
5.1 Simpulan	87
5.2 Keterbatasan	88
5.3 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 – Ringkasan Penelitian Terdahulu	31
Tabel 4.1 – Ringkasan Populasi dan Sampel Penelitian	60
Tabel 4.2 – Statistik Deskriptif	60
Tabel 4.3 – Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Model Pertama (Sebelum Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan)	64
Tabel 4.4 – Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Model Kedua (Sebelum Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan)	64
Tabel 4.5 – Outlier Pada Periode Tahun 2009	66
Tabel 4.6 – Outlier Pada Periode Tahun 2010	67
Tabel 4.7 – Outlier Pada Periode Tahun 2011	67
Tabel 4.8 – Outlier Pada Periode Tahun 2012	68
Tabel 4.9 – Outlier Pada Periode Tahun 2013	68
Tabel 4.10 – Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Model Pertama (Sebelum Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan)	70
Tabel 4.11 – Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Model Kedua (Setelah Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan)	71
Tabel 4.12 – Uji Multikolinieritas	72
Tabel 4.13 – Uji <i>Glejser</i> Model Pertama	75
Tabel 4.14 – Uji <i>Glejser</i> Model Kedua	74

Tabel 4.15 – Ringkasan Analisis Regresi Linier Berganda	76
---------------------------------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 – Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1 – Uji Normalitas Model Pertama (Sebelum Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan).....	63
Gambar 4.2 – Uji Normalitas Model Kedua (Sebelum Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan).....	64
Gambar 4.3 – Uji Normalitas Model Pertama (Setelah Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan).....	69
Gambar 4.4 – Uji Normalitas Model Kedua (Setelah Data <i>Outlier</i> Dikeluarkan).....	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran – Output SPSS	94

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Isu *Corporate Social Responsibility* (CSR) kini telah menjadi salah satu isu penting bukan hanya bagi perusahaan saja namun juga bagi *shareholders* dan *stakeholders* perusahaan. Salah satu penyebabnya adalah tren globalisasi yang terjadi saat ini telah membuat *stakeholders* meningkatkan permintaannya kepada perusahaan untuk mengadopsi praktik CSR (Chapple dan Moon dalam Saleh *et al*, 2010). Operasi perusahaan yang berada pada lingkungan masyarakat menimbulkan konsekuensi, yaitu tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat. Tanggung jawab perusahaan ini contohnya adalah mengurangi tingkat pengangguran (dari sisi materil) dan mengontrol aktifitas operasinya agar tidak memberikan dampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan (dari sisi sosial lingkungan) (Anggraini, 2010). Hal ini menyebabkan CSR telah menjadi salah satu subjek penting dalam kegiatan perusahaan (Vilanova *et al*, 2009 dalam Saleh *et al*, 2010).

Bagi perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungannya akan mendapatkan berbagai macam kerugian, baik yang terjadi langsung saat itu ataupun yang terjadi di masa yang akan datang. Beberapa kasus dapat dijadikan contoh diantaranya adalah demo buruh yang terjadi pada tahun 2013 berpotensi menimbulkan kerugian hingga US\$ 20 miliar atau 190 Triliun Rupiah

(*Investordaily*, 2015), kebakaran hutan yang berakibat kabut asap bagi masyarakat, dan kesalahan dalam *labelling* kemasan pada obat yang berujung kematian pasien dan jatuhnya harga saham perusahaan. Kasus tersebut sebenarnya dapat dicegah, diredam atau diatasi dengan menjalankan CSR secara lebih serius. Fakta ini menguatkan penjelasan bahwa CSR sangat penting bagi perusahaan untuk mempertahankan operasinya sesuai rencana kerja sehingga tujuan ekonomis perusahaan juga dapat optimal tercapai. Secara bersamaan CSR juga seharusnya memberikan dampak terhadap *stakeholders* dan *shareholdersnya*.

Pemerintah Republik Indonesia juga mendorong perusahaan yang beroperasi di Indonesia untuk melaksanakan dan melaporkan kegiatan CSR. Salah satu cara yang dilakukan pemerintah sebagai regulator adalah menerbitkan UU Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang selanjutnya ditetapkan oleh PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Perusahaan asing yang melakukan penanaman modal di Indonesia juga wajib melakukan CSR sebagaimana diatur dalam UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Peraturan tersebut dijadikan dasar hukum untuk membuat perusahaan yang beroperasi di Indonesia menjalankan program kepedulian terhadap lingkungannya sehingga seharusnya perusahaan yang beroperasi di Indonesia telah melaksanakan program CSR yang diamanatkan undang-undang.

Beberapa penelitian terdahulu juga telah menguatkan fakta bahwa menjalankan program CSR memberikan dampak positif terhadap kinerja

perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Saleh *et al.* (2008) yang meneliti hubungan antara CSR dengan kinerja perusahaan di Kuala Lumpur *Stock Exchange* (KLSE) Bursa Malaysia, memperoleh hasil bahwa CSR tidak mempengaruhi ROA yang akan datang, tetapi berpengaruh positif terhadap penilaian pasar di masa yang akan datang, yang dilihat dari *Stock Market Return*. Wijayanti *et al.* (2011) telah meneliti pengaruh CSR terhadap kinerja 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).

Inoue dan Lee (2010) menjabarkan penelitian yang lebih mendetail tentang aspek-aspek dasar CSR. Penelitian mereka tentang pengaruh aspek-aspek CSR (komunitas, keanekaragaman, pegawai, lingkungan, dan produk) terhadap kinerja perusahaan jangka pendek dan jangka panjang pada empat sektor industri pariwisata di Amerika Serikat yaitu penerbangan, kasino, hotel, dan restoran. Hasilnya adalah setiap aspek CSR yang berbeda memiliki pengaruh yang berbeda pula terhadap indikator kinerja dan jangka panjang perusahaan. Di Indonesia juga telah dilakukan penelitian oleh Hutapea dan Prastiwi (2013) yang menggunakan empat aspek dasar CSR yang dijadikan sebagai variabel independen yaitu CSR aspek karyawan, CSR aspek keterlibatan komunitas, CSR aspek kualitas produk, dan CSR aspek lingkungan. Variabel terikat yang digunakan adalah kepemilikan

institusional. Hasilnya adalah setiap aspek CSR tersebut memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap kinerja perusahaan.

Penting untuk dilakukan penelitian kembali terkait dengan pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan di Indonesia menggunakan sumber data yang lebih baru. Hal ini disebabkan oleh makin besarnya tuntutan *stakeholders* terhadap perusahaan untuk lebih peduli dengan lingkungannya. Penelitian tentang pengaruh CSR dalam kinerja pasar juga diperlukan untuk menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan guna menjawab kondisi persaingan global yang semakin ketat. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai alternatif referensi tentang bagaimana pengaruh CSR yang terdiri dari beberapa aspek berbeda berdasarkan indeks GRI terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan di Indonesia serta dapat terlihat juga bagaimana kesadaran perusahaan di Indonesia tentang pelaksanaan CSR dalam beberapa tahun terakhir. Alasan penting lainnya adalah terdapat hasil yang beragam atas penelitian tentang pengaruh CSR terhadap kinerja, sehingga dibutuhkan penelitian terbaru untuk mendapatkan jawabannya dengan menggunakan data di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa alasan tersebut dianggap layak menjadikan penelitian ini penting untuk dilakukan.

Penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Inoue dan Lee (2010). Pertama, penelitian ini menggunakan enam aspek umum (dampak ekonomi, kepedulian lingkungan, ketenagakerjaan, sosial HAM, kemasyarakatan, dan tanggung jawab produk) dari *Global Reporting Initiative* (GRI) untuk dasar penentuan nilai CSR sebagai variabel independen,

sedangkan Inoue dan Lee menggunakan lima aspek yaitu lingkungan, tenaga kerja, masyarakat, produk, dan keanekaragaman. Penggunaan enam kategori dari GRI lebih sesuai dengan praktik CSR yang dilakukan oleh sebagian besar perusahaan di Indonesia dan lebih dari 1.000 perusahaan di 35 negara telah menggunakannya (Isaksson & Steimle, 2009) serta mendekati dengan kerangka pemikiran *stakeholder* oleh Clarkson (1995). Kedua, pada penelitian oleh Inoue dan Lee (2010) hanya menggunakan pengukuran berbasis *Return On Assets* (ROA) saja untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan sehingga dinilai kurang akurat, pada penelitian ini menggunakan penjumlahan antara ROA, *Return On Equity* (ROE) dan *Return On Sales* (ROS) (Orlitzky *et al.*, 2003). Penggabungan ketiga rasio profitabilitas ini sangat diperlukan untuk mewakili setiap elemen penting pada kinerja keuangan perusahaan yaitu pengaruhnya pada aset, pengaruhnya pada ekuitas, dan pengaruhnya pada penjualan perusahaan. Penggabungan ketiga rasio ini juga dilakukan pada penelitian Yusoff *et al.* (2013) dalam mengukur kinerja keuangan menggunakan data pada perusahaan di Malaysia yang masih satu regional dengan Indonesia sehingga memiliki karakter perusahaan yang tidak terlalu jauh berbeda. Ketiga, penelitian oleh Inoue dan Lee (2010) menggunakan variabel kontrol ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, dan tahun. Penggunaan pertumbuhan penjualan (*growth*) bukan tahun berdiri perusahaan (*year*) dinilai lebih *valid* digunakan sebagai variabel kontrol. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Horne dan Wachowicz (2009) bahwa bila penjualan ditingkatkan maka laba dapat dimaksimalkan. Hal ini membuat

pertumbuhan penjualan (*growth*) sebagai variabel kontrol lebih berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini menggunakan *size*, *leverage*, dan *growth* sebagai variabel kontrolnya. Keempat, Inoue dan Lee (2010) menggunakan data dari empat sektor industri pariwisata di Amerika Serikat yaitu penerbangan, kasino, hotel, dan restoran periode tahun 1991 hingga 2007. Penggunaan sektor manufaktur di Indonesia pada penelitian ini disebabkan karena merupakan sektor mayoritas yang terdaftar di BEI saat ini dan paling banyak bersinggungan dengan keenam aspek umum CSR dalam indeks GRI. Penelitian ini menggunakan lima tahun (2009-2013) data perusahaan manufaktur yang *listing* di BEI. Penggunaan data yang lebih terkini diperlukan untuk mendapatkan hasil yang lebih valid dan juga tuntutan pelaksanaan CSR dewasa ini semakin tinggi seperti yang telah disebutkan sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Perusahaan harus menjawab tuntutan *stakeholders* dalam menjalankan program tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR). Seringkali hal ini menimbulkan perdebatan jika dikaitkan dengan kinerja perusahaan. Beberapa perdebatan tersebut diantaranya tentang apakah CSR terbukti memberikan pengaruh positif terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan dan pelaksanaan CSR seperti apa yang dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan atau CSR berdampak negatif terhadap kinerja perusahaan karena penggunaan yang lebih atas sumber daya perusahaan. Terdapat beberapa penelitian yang menyimpulkan bahwa CSR dianggap mampu

meningkatkan kinerja perusahaan karena dapat meredam konflik kepentingan antara manajemen, pemegang saham, dan *stakeholders* lainnya (Calton dan Payne, 2003; Scherer *et al.*, 2006; Harjoto dan Jo, 2011). Pada penelitian lain ditemukan bahwa CSR dianggap menjadi penyebab menurunnya kinerja perusahaan karena memboroskan sumber daya perusahaan (Barnea dan Rubin, 2010).

Berdasarkan hal tersebut, berikut ini adalah rumusan masalah yang akan ditelaah lebih lanjut di dalam penelitian ini:

1. Bagaimana pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh CSR terhadap kinerja pasar perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah

1. Memberikan bukti empiris atas pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.
2. Memberikan bukti empiris atas pengaruh CSR terhadap kinerja pasar perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu

1. Mendorong perusahaan-perusahaan untuk lebih serius serta aktif dalam praktik CSR berdasarkan aspek-aspek dasarnya yang dipercaya dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan kinerja pasar perusahaan.

2. Memberikan informasi yang berguna kepada para akademisi di bidang akuntansi, manajemen, dan bisnis tentang pengaruh CSR yang terdiri dari berbagai aspek terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan.
3. Menyediakan informasi bermanfaat kepada para praktisi mengenai seberapa besar pengaruh CSR yang sesuai indeks GRI terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan untuk dipraktikkan dalam kegiatan sehari-hari.

1.5 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 penelitian, 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 III : HASIL DAN ANALISI

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

BAB IV : 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 Teori *Stakeholder*

Friedman (1962) dalam Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran pemiliknya. Sehingga menurutnya, *stakeholder* hanya didefinisikan sebagai pemilik saja. Pada akhirnya muncul Teori *Stakeholder* oleh Freeman (1983) dalam Ghozali dan Chariri (2007) yang menjelaskan keterlibatan dan peranan *stakeholder* dalam mempromosikan CSR terhadap perusahaan. Menurutnya, *stakeholder* 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. Hal ini menjadikan keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Berdasarkan Teori *Stakeholder* tersebut, maka *stakeholder* memiliki peranan yang sangat besar dalam keberlangsungan perusahaan karena mereka memiliki semua sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan. Peranan yang sangat besar ini dibagi ke dalam dua kelompok besar *stakeholder*, yaitu *Primary Stakeholders* dan *Secondary Stakeholders*. *Primary Stakeholders* merupakan

pihak-pihak yang mempunyai kepentingan secara ekonomi terhadap perusahaan dan menanggung risiko seperti misalnya *investor*, kreditor, karyawan, komunitas lokal dan juga pemerintah walaupun tidak secara langsung mempunyai hubungan ekonomi namun hubungan diantara keduanya lebih bersifat non-kontraktual. Clarkson (1995) mengembangkan konsep kerangka *stakeholder*, yaitu suatu kerangka yang menilai bagaimana perusahaan mengelola hubungannya dengan stakeholder utama. Pada *Secondary Stakeholder* dimana sifat hubungan keduanya saling mempengaruhi namun kelangsungan hidup perusahaan secara ekonomi tidak terlalu ditentukan oleh *stakeholder* jenis ini, contohnya adalah media dan kelompok kepentingan lain seperti lembaga sosial masyarakat, serikat buruh, dan sebagainya (Magness, 2008). Jenis *Secondary Stakeholder* dinilai tidak terlalu mempengaruhi secara langsung kehidupan ekonomi perusahaan, namun pada saat ini peranan media dan serikat buruh sangatlah besar terhadap keberlangsungan perusahaan.

Melihat pentingnya peran dari *stakeholders* tersebut, maka perusahaan sudah seharusnya memberikan perhatian yang besar terhadap setiap *stakeholdersnya*, bukan hanya kepada pemilik saja. Perhatian tersebut salah satunya diwujudkan ke dalam bentuk pelaksanaan CSR perusahaan yang menyentuh ke setiap aspek CSR yang ada, baik kepada pegawai, masyarakat berlandaskan sosial HAM, lingkungan dan ekonomi, serta produk yang dihasilkan perusahaan. Jika tidak dilakukan, maka sesuai dengan teori stakeholder, perusahaan akan kesulitan dalam mendapatkan dukungan (sumber daya) untuk

mewujudkan tujuannya yaitu memperoleh keuntungan yang optimal (kinerja yang baik).

2.1.2 Teori Legitimasi

Perusahaan akan selalu mendapatkan ancaman legitimasi dari *stakeholdernya*. Untuk mengatasi ancaman tersebut, Lindblom (1994) dalam Achmad (2007) menyarankan untuk melakukan salah satu atau lebih dari empat hal berikut ini.

1. Mencoba untuk mendidik *stakeholdernya* tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya.
2. Mencoba untuk merubah persepsi *stakeholder* terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi).
3. Mengalihkan (memanipulasi) perhatian dari masalah yang menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif yang tidak berhubungan dengan kegagalan-kegagalan).
4. Mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya.

Teori Legitimasi secara umum menggambarkan pentingnya pengungkapan CSR sebagai salah satu cara untuk mengatasi ancaman legitimasi. Hal ini merupakan kelanjutan dari Teori Stakeholders, bahwa setelah perusahaan mendapatkan kejelasan tentang siapa *stakeholdersnya* maka *stakeholders* tersebut akan senantiasa menimbulkan ancaman legitimasi bagi perusahaan. Kemudian perusahaan mengambil langkah antisipatif dengan melakukan salah satu atau lebih dari keempat hal diatas untuk mengatasi ancaman legitimasi tersebut, misalnya

dengan melaporkan hal apa saja yang telah dilakukan perusahaan bagi *stakeholdersnya* secara spesifik (melakukan dan melaporkan hasil CSR).

Setelah ancaman legitimasi teratasi, maka perusahaan dapat kembali melanjutkan operasinya dalam mencapai kinerja yang semakin baik. Hal ini disebabkan karena perusahaan mendapatkan legitimasi di masyarakat. Legitimasi ini kemudian akan menjadikan kepercayaan masyarakat meningkat terhadap perusahaan dan produknya. Dengan demikian penjualan perusahaan akan menjadi baik dan eksistensi perusahaan di masa yang akan datang tetap terjaga sehingga kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan juga meningkat.

2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Sebenarnya hingga kini masih belum ada definisi spesifik dan pasti tentang CSR, namun beberapa definisi yang ada berikut ini dapat menjelaskan tentang CSR. Sebuah organisasi nirlaba yang mempromosikan pembangunan ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berkelanjutan, yang dikenal sebagai *Global Reporting Initiative (GRI)*, mendefinisikan CSR sebagai sebuah tanggung jawab dari kinerja organisasional perusahaan kepada *stakeholder* internal maupun eksternal untuk tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainability Reporting Guidelines*, 2011:3). Definisi lain oleh ISO 26000 adalah 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). Definisi terakhir yang dikutip adalah menurut Wijayanti (2011), CSR merupakan suatu konsep bahwa organisasi, dalam hal ini lebih dispesifikkan kepada perusahaan, memiliki sebuah tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasi perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan bagian dari kegiatan yang harus dilakukan perusahaan sebagai tanggung jawabnya kepada para *stakeholder* atas konsekuensi yang timbul dari kegiatan mencari keuntungan yang selama ini dijalankan.

CSR merupakan hasil yang sesuai dari Teori *Stakeholders* dan Teori Legitimasi. Kegiatan CSR yang efektif efisien seharusnya berdasarkan *stakeholders* yang sesuai dengan perusahaan tersebut. Hal ini membuat legitimasi perusahaan terjaga oleh *stakeholdersnya* dan menjamin keberlangsungan perusahaan dalam beroperasi.

Untuk menjadikan CSR lebih efektif dalam pelaksanaannya diperlukan pemahaman tentang masing-masing aspek dasar dari CSR berdasarkan setiap *stakeholdersnya*. Gagasan tentang aspek dari CSR pertama kali diperkenalkan oleh Carrol (1979) sehingga membuat evolusi tentang perkembangan CSR, yang menyatakan bahwa aktivitas sukarela yang dilakukan oleh perusahaan dapat dibagi menjadi dua aspek 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.

Berdasarkan hal tersebut, Dahlsrud (2008) mencoba memperkenalkan lima aspek CSR menurutnya, yaitu lingkungan (*environmental*), sosial (*social*), ekonomi (*economic*), *stakeholder*, dan kesukarelaan (*voluntariness*). Berdasarkan perbedaan aspek CSR yang telah disebutkan, maka kegiatan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan untuk setiap *stakeholder* utama yang berbeda menunjukkan aspek CSR yang berbeda pula (Clarkson, 1995; Pelozo dan Papania, 2008).

Perusahaan satu dengan perusahaan lainnya tidak bisa disamakan dalam menerapkan konsentrasi aspek CSRnya karena masing-masing perusahaan memiliki *stakeholders* yang berbeda. Kesamaan karakteristik *stakeholders* dapat ditemukan pada perusahaan dengan kesamaan segmen industri. Menurut Brown (2001) GRI (Global Reporting Initiative) telah memberikan panduan dan petunjuk kepada perusahaan-perusahaan yang ingin melakukan dan mengungkapkan kegiatan CSRnya. Untuk mendapatkan hasil yang optimal dalam menjalankan CSR tersebut diperlukan fokus terhadap *stakeholders* pokok dengan aspek CSR yang terkonsentrasi sehingga kinerja perusahaan dapat menjadi baik karena sumber daya digunakan dengan tepat.

2.1.3.1 Pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pada era globalisasi sekarang ini, CSR sangat dibutuhkan perusahaan bukan hanya sebagai keunggulan kompetitif namun lebih luas daripada itu. Pembangunan berkelanjutan dapat dicapai melalui program CSR yang konsisten dan tuntutan *stakeholders* tentang praktik CSR semakin tinggi agar keinginan mereka terpenuhi guna tercapainya legitimasi bagi perusahaan.

Wibisono (2007) menjelaskan sepuluh manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dalam menjalankan CSR.

1. Mendongkrak Reputasi dan Citra Perusahaan.

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

2. Mendapatkan Ijin/Lisensi Sosial untuk Beroperasi.

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

3. Mengurangi Risiko Bisnis Perusahaan.

Pelaksanaan CSR menjadi langkah preventif untuk mencegah risiko berupa memburuknya hubungan dengan *stakeholder*. Hubungan yang tidak harmonis

dengan *stakeholder* akan menjadi risiko yang mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Bila hal yang demikian terjadi, maka akan menimbulkan biaya yang jumlahnya jauh lebih besar daripada anggaran untuk melakukan CSR.

4. Memperlebar Akses Sumber Daya Operasional Perusahaan.

Mendapatkan kesan yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan kompetitif perusahaan yang dapat mempermudah jalan untuk mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan perusahaan.

5. Membuka Peluang Pasar yang Lebih Luas.

Dengan melakukan investasi pada CSR dapat menciptakan peluang baru yang lebih besar bagi perusahaan, termasuk 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 dan membantu mengurangi pencemaran lingkungan.

7. Memperbaiki Hubungan dengan Stakeholder.

Pelaksanaan CSR akan menjadikan komunikasi dengan *stakeholder* semakin baik 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. Hal ini akan menjadikan perusahaan mendapatkan peluang untuk memperoleh keuntungan dari pemerintah seperti keringanan pajak atau kemudahan dalam memperoleh ijin.

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. Perusahaan yang menjalankan CSR terhadap karyawannya dengan baik juga akan menjadikan karyawannya semakin setia dan merasa memiliki perusahaan bersama-sama.

10. Kesempatan Perusahaan untuk Mendapatkan Penghargaan (Award).

Banyaknya penghargaan yang diberikan kepada para pelaku CSR sekarang ini menjadikan motivasi tersendiri untuk semakin lebih baik dalam menjalankan CSR. Citra perusahaan pun semakin tinggi di mata *stakeholders*.

Berdasarkan uraian tersebut, sudah jelas bahwa perusahaan sangat penting untuk melaksanakan CSR dengan sebaik-baiknya sesuai dengan *stakeholdersnya*. Perusahaan dapat mencapai kinerja keuangan dan kinerja pasar yang semakin baik dengan serius dan fokus menjalankan program CSR secara berkesinambungan.

2.1.3.2 Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia

Banyak yang telah dilakukan untuk meningkatkan pelaksanaan dan pengungkapan CSR di Indonesia. Untuk membuat gairah perusahaan lebih tinggi dalam melakukan CSR, banyak lembaga yang memberikan penghargaan kepada

perusahaan-perusahaan yang serius dalam menjalankan CSR, seperti Otoritas Jasa Keuangan dan IAI. IAI memberikan *Indonesia Sustainability Reporting Award* (ISRA) sejak 2005, yaitu penghargaan kepada perusahaan-perusahaan Indonesia yang mampu membuat laporan aktivitas CSR terbaik. Pemerintah Republik Indonesia juga turut mendorong pelaksanaan CSR di Indonesia dengan menerbitkan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

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.*

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.

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.

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.

Perusahaan yang beroperasi di Indonesia harus mematuhi segala peraturan yang dibuat Pemerintah Republik Indonesia termasuk dalam hal CSR. Peraturan ini juga mempunyai arti bahwa CSR merupakan hal penting untuk kelangsungan perusahaan. Peraturan dan penghargaan yang semakin beragam kepada perusahaan yang melaksanakan CSR merupakan indikasi bahwa di Indonesia sedang memulai era pelaksanaan CSR yang semakin baik pada saat ini.

2.1.4 Analisis Cost-Benefit

Perusahaan sebagai entitas ekonomi memiliki tujuan utama untuk mencapai keuntungan yang optimal menggunakan semua sumber daya yang dimiliki secara efisien dan efektif. Hal ini menjadikan setiap keputusan yang diambil perusahaan harus memperhatikan aspek efektif dan efisien serta manfaat apa yang didapat perusahaan terhadap pengorbanan yang akan dilakukan.

Langkah yang paling umum digunakan adalah membandingkan antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang akan dihasilkan. Analisa ini dinamakan analisa *cost-benefit*. *Cost Benefit Analysis* (CBA) menurut Siegel dan Shimp (1999) adalah cara untuk menentukan apakah hasil yang menguntungkan dari sebuah alternatif akan cukup untuk dijadikan alasan dalam menentukan biaya pengambilan alternatif.

Biaya menurut Hansen dan Mowen (2005) adalah kas atau ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa depan bagi organisasi. Manfaat yang dimaksud tersebut telah semakin berkembang saat ini, bukan hanya manfaat dari segi ekonomis yang bersifat *tangible* melainkan juga yang bersifat *intangibile*. *Intangible benefits* menurut Laudon *et al.* (2007) adalah keuntungan-keuntungan yang sulit atau tidak mungkin diukur dalam bentuk satuan nilai uang. Manfaat berwujud ini sering menjadi titik kritis pada jalannya roda bisnis perusahaan. Beberapa manfaat tersebut contohnya adalah peningkatan kepuasan kerja bagi karyawan, peningkatan kepuasan pelanggan, peningkatan *image* perusahaan, dan legitimasi dari masyarakat dan pemerintah.

Berdasarkan teori tentang analisa *cost* dan *benefits* ini, pengorbanan sumber daya yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan CSR kepada *stakeholdersnya*, diharapkan mampu mendapatkan *benefits* yang lebih material daripada *cost* yang dikeluarkan. Perusahaan seharusnya dengan menjalankan CSR yang tepat, efektif, dan efisien akan mendapatkan *benefits* yang optimal berupa

tangible benefits dan *intangible benefits* yang tercermin melalui kinerja perusahaan yang semakin baik.

2.1.5 Kinerja Perusahaan

Al-Tuwaijiri (2003) memberikan pemikiran tentang melihat kinerja perusahaan ke dalam dua pengukuran, yaitu

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

Pengukuran kinerja berbasis akuntansi diantaranya adalah ROA, ROI, dan ROS yang mencerminkan kinerja perusahaan atau efisiensi manajemen, dan menyediakan informasi secara langsung mengenai bagaimana alokasi dari sumber daya tertentu menghasilkan laba perusahaan saat ini. Pengukuran kinerja ini lebih sering digunakan karena data akuntansi dapat diperoleh dengan lebih mudah untuk perusahaan yang *listing* di pasar modal, disamping itu angka-angka akuntansi juga digunakan oleh manajer dalam membuat keputusan dan memberikan pemahaman tentang *economic rates of return* (Horowitz, 1984). ROA menggambarkan secara langsung bagaimana kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari sejumlah asset yang digunakan dalam suatu periode akuntansi. ROE merupakan pengukuran profitabilitas perusahaan dari penghasilan yang tersedia bagi para pemilik perusahaan atas modal yang telah diinvestasikan di dalam perusahaan. ROS memberi gambaran tentang seberapa besar *profit* dihasilkan atas setiap jumlah penjualan yang terjadi. Waddock dan Graves

(1997), dalam Orlitzky (2003) menjumlahkan antara ROA, ROE dan ROS untuk mewakili setiap elemen penting pada kinerja perusahaan yaitu pengaruhnya pada aset, pengaruhnya pada ekuitas, dan pengaruhnya pada penjualan perusahaan. Penggabungan ketiga rasio ini juga dilakukan pada penelitian Yusoff *et al.* (2013) dalam mengukur kinerja menggunakan data pada perusahaan di Malaysia yang masih satu regional dengan Indonesia sehingga memiliki karakter perusahaan yang tidak terlalu jauh berbeda.

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

Pengukuran kinerja berbasis pasar, salah satunya menggunakan Tobin's Q yang mengungkapkan bagaimana para investor menilai kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba di masa depan sehingga mencerminkan penilaian pasar terhadap kinerja perusahaan jangka panjang. Penggunaan basis pasar ini menunjukkan kinerja perusahaan yang lebih akurat daripada menggunakan pengukuran berbasis akuntansi (Rowe dan Morrow Jr., 1999). Barney (1991) dalam tulisannya tentang pandangan berbasis sumber daya (*the resource-based view*) mengungkapkan bahwa 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. Suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustained competitive*

advantage) apabila keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan tersebut tidak dapat ditiru oleh perusahaan lainnya. Pandangan berbasis sumber daya mengasumsikan bahwa heterogenitas dan imobilitas sumber daya perusahaan adalah kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Barney, 1991).

Sesuai dengan pemaparan teori tentang aspek CSR dan tentang jenis pengukuran kinerja perusahaan, maka timbul konsekuensi berdasarkan perbedaan hak-hak dan kepentingan untuk masing-masing *stakeholder* dalam perusahaan. Oleh karena itu, perlu menerapkan berbagai macam aktivitas dan kebijakan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan masing-masing *stakeholder* demi mencapai kinerja yang lebih baik (Pelozo dan Papania, 2008).

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan menjadi acuan pada penelitian ini.

1. Inoue dan Lee (2010) melakukan penelitian tentang pengaruh antara aspek-aspek CSR terhadap kinerja perusahaan pada industri pariwisata di Amerika Serikat. Tujuan dari penelitian tersebut adalah melihat lebih terinci atas kelima unsur aspek CSR menurut Clarkson (1995) yaitu aspek pegawai, aspek kualitas produk, aspek komunitas masyarakat, aspek lingkungan, dan aspek keanekaagaman yang kemudian diteliti pengaruhnya dengan kinerja perusahaan yaitu profitabilitas jangka pendek dan jangka panjang dengan menggunakan empat sektor industri pariwisata

di Amerika Serikat yaitu penerbangan, kasino, hotel, dan restoran. 3.600 laporan tahunan perusahaan di Amerika Serikat hasil publikasi KLD STATS (1991-2007) digunakan dalam penelitian ini, dengan temuan bahwa setiap aspek CSR yang berbeda memiliki pengaruh yang berbeda juga terhadap kinerja dan jangka panjang perusahaan. Hasil penelitian ini adalah CSR aspek komunitas berpengaruh negatif terhadap kinerja pada sektor penerbangan, namun berpengaruh positif terhadap kinerja dan jangka panjang pada sektor hotel dan restoran; pada CSR aspek keanekaragaman berpengaruh positif terhadap kinerja pasar pada sektor hotel; pada CSR aspek pegawai memiliki pengaruh positif terhadap kinerja pasar di sektor penerbangan; CSR aspek produk berpengaruh positif terhadap kinerja pasar sektor penerbangan, berpengaruh positif terhadap kinerja di sektor restoran, dan pengaruh positif ditemukan pada kinerja dan jangka panjang di sektor hotel.

2. Saleh *et al.* (2008) melakukan penelitian tentang hubungan antara CSR dengan kinerja perusahaan di Malaysia. Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki apakah terdapat bukti-bukti mengenai dampak CSR serta dampak dari aspek-aspek CSR yaitu relasi dengan pegawai, keterlibatan terhadap masyarakat, produk, dan lingkungan terhadap kinerja untuk perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Malaysia. Data 200 perusahaan besar digunakan dalam penelitian ini dari 499 perusahaan yang terdaftar di Kuala Lumpur *Stock Exchange* (KLSE) Bursa Malaysia

periode tahun 2000-2005. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berhubungan positif signifikan dengan kinerja perusahaan sementara dalam hubungan jangka panjang, CSR cenderung tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

3. Hutapea dan Prastiwi (2013) melakukan penelitian tentang dampak pengungkapan CSR terhadap tingkat kepemilikan institusional di Indonesia. Penelitian ini menggunakan data pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2010 sampai tahun 2012. Penelitian ini menggunakan lima variabel independen yaitu pengungkapan CSR, CSR aspek karyawan, CSR aspek keterlibatan dengan komunitas sekitar, CSR aspek produk, CSR aspek lingkungan. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepemilikan institusional. Hasil penelitian itu menemukan bahwa variabel pengungkapan CSR, CSR aspek karyawan, dan CSR aspek produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepemilikan institusional. Variabel pengungkapan CSR aspek keterlibatan dengan komunitas dan CSR aspek lingkungan tidak berpengaruh positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepemilikan institusional.
4. Yusoff *et al.* (2013) melakukan penelitian tentang pengaruh struktur pengungkapan CSR terhadap kinerja perusahaan di Malaysia. Analisa dilakukan terhadap 30 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Malaysia antara tahun 2009 hingga 2011. Penelitian ini menggunakan penjumlahan

pada ROA, ROE, dan ROS sebagai pengukuran untuk kinerja perusahaan sebagai variabel terikatnya. Variabel bebasnya adalah kedalaman pengungkapan CSR, luas pengungkapan CSR, dan konsentrasi pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini adalah kedalaman pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja, sedangkan pada luas pengungkapan CSR dan konsentrasi pengungkapan CSR terdapat pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja.

5. Penelitian terakhir yang dijadikan acuan adalah yang dilakukan oleh Wijayanti *et al.* (2011) yang meneliti pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan manufaktur di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah menyelidiki bagaimana pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian adalah sampel 44 perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2008. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dalam melakukan pengujian. Hasil penelitian ini adalah CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset (ROA)* dan *Earning per Share (EPS)* tetapi berpengaruh signifikan positif terhadap *Return on Equity (ROE)*.

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 Aspek yang Berbeda dari <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Perusahaan pada Industri Pariwisata.	Variabel Independen: Aspek CSR (Relasi Pegawai, Kualitas Produk, Relasi Masyarakat, Lingkungan dan Keanekaragaman. Variabel Dependen: Kinerja Jangka Pendek (ROA) dan Kinerja Masa Depan (Tobin's q) Variabel Kontrol: Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Tahun.	CSR Aspek Komunitas Berpengaruh Negatif Terhadap Kinerja Jangka Pendek pada Sektor Penerbangan, Tetapi Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Jangka Pendek dan Kinerja Masa Depan pada Sektor Hotel dan Restoran; CSR Aspek Keanekaragaman Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Masa Depan pada Sektor Hotel; CSR Aspek Pegawai Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Masa Depan pada Sektor Penerbangan;

(berlanjut ke halaman berikutnya)

Tabel 2.1 (lanjutan)

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
				CSR Aspek Produk Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Masa Depan pada Sektor Penerbangan, Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Jangka Pendek pada Sektor Restoran, dan Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Jangka Pendek Maupun Kinerja Masa Depan pada Sektor Hotel.
2.	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, Aspek CSR (Relasi Pegawai, Keterlibatan Masyarakat, Produk, dan Lingkungan. Variabel Dependen: Kinerja Perusahaan (ROA, <i>Stock Market Return</i> , Tobin's q)	CSR Berhubungan Positif Signifikan dengan Kinerja Keuangan Perusahaan Sementara Dalam Hubungan Jangka Panjang, CSR Cenderung Tidak Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

(berlanjut ke halaman berikutnya)

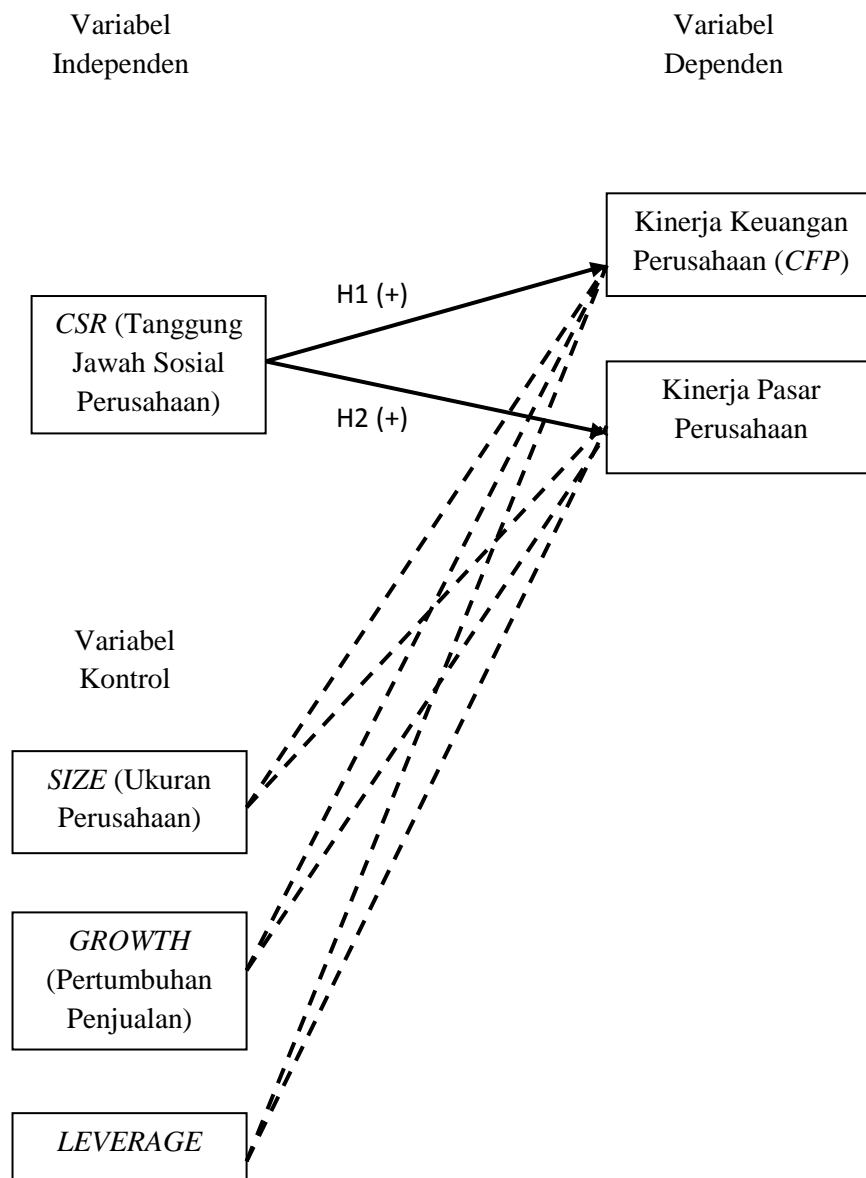
Tabel 2.1 (lanjutan)

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
3.	Roy Hutapea dan Andri Prastiwi (2013)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kepemilikan Institusional	Variabel Independen: Pengungkapan CSR, CSR Aspek Karyawan, CSR Aspek Keterlibatan dengan Komunitas Sekitar, CSR Aspek Produk, CSR Aspek Lingkungan. Variabel Dependen: Kepemilikan Institusional.	Variabel Pengungkapan CSR, CSR Aspek Karyawan, dan CSR Aspek Produk Berpengaruh Positif Terhadap Kepemilikan Institusional. Variabel Pengungkapan CSR Aspek Keterlibatan Komunitas dan CSR Aspek Lingkungan Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Kepemilikan Institusional.
4.	Haslinda Yusoff, Siti Salwa, Mohamad, Faizah Darus (2013)	Pengaruh Struktur Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Perusahaan	Variabel Independen: Kedalaman Pengungkapan CSR, Luas Pengungkapan CSR, Konsentrasi Pengungkapan CSR. Variabel Dependen: Kinerja Perusahaan. Variabel Kontrol: Ukuran Perusahaan.	Kedalaman Pengungkapan CSR Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja, Luas Pengungkapan CSR dan Konsentrasi Pengungkapan CSR Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja.
5.	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 (ROA, ROE, EPS) Variabel Kontrol: Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Jenis Industri	CSR Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap ROA dan EPS Tetapi Berpengaruh Signifikan Positif Terhadap ROE.

Sumber: diringkas dari berbagai jurnal

2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 merupakan kerangka pemikiran pada penelitian ini berdasarkan masalah yang telah diuraikan sebelumnya. Penelitian ini mencoba menguji bagaimana pengaruh variabel independen CSR terhadap variabel dependen kinerja perusahaan, yaitu kinerja keuangan (*Corporate Financial Performance*) dan kinerja pasar. Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel kontrol, yaitu *SIZE*, *GROWTH*, dan *LEVERAGE*. Variabel kontrol ini diperlukan untuk mengendalikan pengaruh lain yang mungkin dapat terjadi pada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

2.3 HIPOTESIS

Mengacu pada landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dijabarkan sebelumnya, maka hipotesis dari penelitian ini adalah

2.3.1 Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (CFP)

Teori *stakeholder* yang telah dikemukakan sebelumnya mengatakan bahwa perusahaan harus memberikan perhatian yang besar terhadap setiap *stakeholdersnya*, bukan hanya kepada pemilik saja karena setiap *stakeholders* memiliki peran yang sangat besar terhadap perusahaan. Jika tidak dilakukan, perusahaan akan kesulitan dalam mendapatkan dukungan (sumber daya) dalam rangka mewujudkan tujuannya yaitu memperoleh keuntungan yang optimal. Kerugian bahkan bisa didapatkan perusahaan jika lalai dalam memperhatikan kepentingan para *stakeholders*.

Berman *et al.* (1999) menyimpulkan bahwa usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan hubungan yang baik dengan para karyawannya (CSR Tenaga Kerja dan Sosial HAM) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini sesuai dengan kerangka *stakeholder* bahwa penting bagi perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan *stakeholder* utamanya (dalam hal ini karyawan).

Kekhususan dalam membina hubungan dengan karyawan guna menjaga CSR pada aspek karyawan dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan karena produktifitas karyawan merupakan suatu bagian penting dalam suatu tahapan perusahaan mencapai tujuan ekonomisnya. Ini disebabkan karena terjaganya produktifitas karyawan yang tinggi akan menghasilkan efisiensi dalam alokasi sumber daya oleh perusahaan dan hasilnya akan langsung dirasakan, yaitu berupa tingginya hasil produksi karyawan dan rendahnya biaya akibat ketidakpuasan karyawan, seperti demo buruh. Hal ini menjadikan laba dalam periode tertentu dapat dihasilkan optimal sesuai dengan teori kinerja keuangan.

Russo dan Fouts (1997) menemukan bahwa kinerja lingkungan (CSR lingkungan) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kerangka *stakeholder* yang menyatakan bahwa penting bagi perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan *stakeholder* utamanya, tidak terkecuali dalam hal ini adalah lingkungan. Sesuai dengan teori legitimasi bahwa perusahaan senantiasa mendapatkan potensi ancaman atas legitimasinya. Perusahaan dengan kepedulian CSR untuk lingkungannya membuat berbagai permasalahan

lingkungan yang mungkin ditimbulkan perusahaan menjadi berkurang sehingga biaya-biaya terkait permasalahan lingkungan yang seharusnya dikeluarkan menjadi berkurang juga (efisien), seiring berkurangnya biaya-biaya tersebut maka kinerja keuangan perusahaan akan meningkat yang dapat dilihat secara langsung melalui laba yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu.

Waddock dan Graves (1997) menyimpulkan bahwa perhatian perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya (CSR masyarakat dan dampak ekonomi) memiliki hubungan positif dengan kinerja keuangan perusahaan. Salah satu *stakeholder* penting yang disebutkan dalam kerangka *stakeholder* adalah komunitas masyarakat. CSR yang dilakukan kepada masyarakat akan berperan sebagai media promosi bagi perusahaan, sehingga akan meningkatkan jumlah penjualan produk perusahaan. Kinerja keuangan pun akan meningkat yang tercermin dalam laba perusahaan. Kemudahan perpajakan atau kelonggaran peraturan daerah juga akan didapatkan perusahaan dari praktik CSR aspek ini, sehingga akan mengurangi biaya-biaya yang seharusnya dikeluarkan. Hal ini akan menjadikan kinerja keuangan perusahaan, yaitu laba yang semakin meningkat. Melibatkan masyarakat sekitar dalam rantai suplai produksi perusahaan juga akan menjadikan biaya produksi semakin kecil yang akan berujung kepada kenaikan keuntungan dan masyarakat sekitar juga mendapatkan kesejahteraan akibat keberadaan perusahaan di lingkungannya.

Waddock dan Graves (1997) juga meneliti tentang CSR tanggung jawab produk, yang menemukan bahwa CSR tanggung jawab produk memiliki

hubungan positif dengan kinerja keuangan perusahaan. Salah satu *stakeholder* penting yang disebutkan dalam kerangka *stakeholder* adalah konsumen. Konsumen hanya dapat dipuaskan dengan memberikan produk yang berkualitas terbaik. Fokus dalam menjalankan CSR terhadap kualitas produk akan menjadikan produk yang dihasilkan perusahaan memiliki kualitas yang tinggi sehingga muncul pandangan positif konsumen terhadap produk tersebut akibat kepuasannya terhadap produk. Pandangan positif konsumen tersebut akan meningkatkan penjualan, sehingga berdampak pada meningkatnya laba perusahaan yang merupakan cerminan kinerja keuangan perusahaan. Hipotesis yang dirumuskan adalah

H1: CSR Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

2.3.2 Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Pasar Perusahaan

Sesuai dengan teori legitimasi yang telah dibahas sebelumnya bahwa ancaman buruk terhadap perusahaan dapat terjadi dalam periode yang panjang dan perusahaan harus mengantisipasinya. CSR yang berkelanjutan dapat mencegah ancaman tersebut dan menjadikan perusahaan mendapatkan legitimasi dari *stakeholdersnya*. Legitimasi ini menjadikan perusahaan dapat lebih baik dalam beroperasi untuk memperoleh kinerja yang semakin baik untuk jangka waktu yang lama.

Berman *et al.* (1999) menunjukkan bahwa aktifitas yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan hubungan yang baik dengan para karyawannya (CSR Tenaga Kerja dan Sosial HAM) berpengaruh positif terhadap kinerja pasar

perusahaan. Hal ini sesuai dengan kerangka *stakeholder* bahwa penting bagi perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan *stakeholder* utamanya (dalam hal ini karyawan). Hal ini dapat menghasilkan praktik manajemen sumber daya manusia yang unggul. Sumber daya manusia yang unggul dalam perusahaan akan menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan daripada pesaingnya. Sesuai dengan teori kinerja pasar bahwa dengan menjaga persepsi investor terhadap laba masa depan, maka perusahaan akan mendapatkan cerminan nilai pasar yang baik. Dalam hal ini keunggulan kompetitif perusahaan karena dipandang sebagai perusahaan yang dapat menjaga keunggulan sumber daya manusianya menjadikan investor memberikan legitimasi bahwa perusahaan dapat terus menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu yang panjang.

Kacperczyk (2009) menemukan bahwa inisiatif perusahaan dalam melakukan CSR untuk lingkungannya (CSR lingkungan) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja pasar perusahaan. Seperti Kerangka *Stakeholder* yang menyatakan bahwa penting bagi perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan *stakeholder* utamanya, dalam hal ini adalah lingkungan.

Berdasarkan teori legitimasi bahwa perusahaan senantiasa mendapatkan kemungkinan ancaman atas legitimasinya. Ancaman atas legitimasi ini dapat diatasi dengan menjalankan dan melaporkan CSR untuk lingkungannya. Hal ini menjadikan reputasi perusahaan di mata masyarakat menjadi baik. Reputasi perusahaan yang baik ini tentunya akan menciptakan keunggulan kompetitif di

mata *investor*. Nilai pasarnya pun akan menjadi lebih baik untuk menciptakan kinerja pasar yang lebih optimal.

Brammer dan Millington (2005) menemukan bahwa praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat (CSR komunitas masyarakat & dampak ekonomi) memiliki hubungan yang positif dengan kinerja pasar perusahaan. Salah satu *stakeholder* penting yang disebutkan dalam kerangka *stakeholder* adalah komunitas masyarakat. Perusahaan yang menerapkan praktik CSR kepada masyarakat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Reputasi perusahaan yang baik pada masyarakat akan membuat perusahaan memiliki keunggulan kompetitif. Masyarakat yang dilibatkan dalam proses produksi perusahaan juga akan semakin mempunyai rasa memiliki pada perusahaan sehingga senantiasa mendapatkan perlindungan dari masyarakat tersebut. Hal ini akan berdampak pada nilai pasar perusahaan yang meningkat, sehingga kinerja pasar perusahaan akan menjadi lebih baik.

Berman *et al.* (1999) mengungkapkan temuan penelitiannya bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap produknya (CSR tanggung jawab produk) mempunyai hubungan positif terhadap kinerja pasar perusahaan. Konsumen sebagai salah satu *stakeholder* yang sangat penting juga disebutkan dalam kerangka *stakeholder*. Memuaskan konsumen dapat dilakukan dengan memberikan produk yang berkualitas terbaik. Perusahaan yang serius menjalankan CSR terhadap produknya akan mendapatkan penilaian positif dari para konsumennya karena produk yang dihasilkan berkualitas. Keunggulan

kompetitif perusahaan akan timbul akibat adanya penilaian positif dari para pelanggan yang puas. *Investor* tentunya hanya akan menanamkan modalnya kepada perusahaan yang disukai oleh konsumen. Oleh karena itu, semakin banyaknya *investor* yang menilai positif perusahaan, maka semakin baik nilai pasar perusahaan yang kemudian menjadi indikator bahwa kinerja pasar perusahaan meningkat. Hipotesis yang dirumuskan adalah

H2: CSR Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Pasar Perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan enam variabel, yang terdiri atas dua variabel dependen, satu variabel independen, dan tiga variabel kontrol. Variabel dependen yang digunakan adalah kinerja perusahaan yaitu kinerja keuangan dan kinerja pasar. Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR, sedangkan variabel kontrol dalam penelitian ini adalah *size*, *growth*, dan *leverage*.

3.1.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah bagaimana menemukan dan mengukur variabel-variabel tersebut di lapangan dengan merumuskan secara singkat dan jelas, serta tidak menimbulkan berbagai tafsiran (Sekaran, 2011). Definisi operasional atas variabel-variabel dalam penelitian akan dijelaskan dalam penjelasan di bawah ini.

3.1.2.1 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti atau variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi (Sekaran, 2011). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan. Menurut Setiowati (2009) bahwa

kinerja perusahaan adalah media pengukuran subjektif yang menggambarkan efektifitas penggunaan aset oleh sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnis utama dan meningkatkan pendapatannya. Mengukur kinerja dapat dilakukan dengan dua pendekatan, yaitu basis akuntansi seperti menggunakan kinerja keuangan perusahaan atau menggunakan basis pasar yang menunjukkan evaluasi pasar terhadap kinerja pasar perusahaan.

Kinerja Keuangan Perusahaan (*Corporate Financial Performance*)

Al-Tuwaijiri (2003) berdasarkan pemikirannya membagi kinerja perusahaan menjadi dua, salah satunya adalah pengukuran kinerja berbasis akuntansi (*accounting-based measures*). Pengukuran kinerja berbasis akuntansi diantaranya adalah ROA, ROI, dan ROS yang mencerminkan kinerja perusahaan atau efisiensi manajemen, dan menyediakan informasi secara langsung mengenai bagaimana alokasi dari sumber daya tertentu menghasilkan laba perusahaan saat ini. Pengukuran kinerja ini lebih sering digunakan karena data akuntansi dapat diperoleh dengan lebih mudah untuk perusahaan yang *listing* di pasar modal, disamping itu angka-angka akuntansi juga digunakan oleh manajer dalam membuat keputusan dan memberikan pemahaman tentang *economic rates of return* (Horowitz, 1984).

ROA merupakan salah satu bentuk pengukuran kinerja berbasis akuntansi untuk profitabilitas karena mencerminkan efisiensi perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. ROA menggambarkan secara langsung bagaimana

kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari sejumlah asset yang digunakan dalam suatu periode akuntansi (Orlitzky *et al*, 2003). Rumus ROA adalah

$$ROA = \frac{EAT}{TA} \quad (3.1)$$

Keterangan:

ROA = *Return On Assets*

EAT = *Earnings After Tax* / Laba Usaha Setelah Pajak

TA = *Total Assets*

ROE merupakan pengukuran kinerja keuangan perusahaan dari penghasilan yang tersedia bagi para pemilik perusahaan atas modal yang telah diinvestasikan di dalam perusahaan (Orlitzky *et al*, 2003). Rumus ROE adalah

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih (*net profit*)}}{\text{ekuitas (*equity*)}} \quad (3.2)$$

Keterangan:

ROE = *Return On Equity*

ROS atau yang juga dikenal sebagai *Operating Profit Margin* merupakan salah satu alat ukur kinerja keuangan yang mengevaluasi efisiensi operasi perusahaan. ROS memberi gambaran tentang seberapa besar *profit* dihasilkan atas setiap jumlah penjualan yang terjadi (Orlitzky *et al*, 2003). Rumus ROS adalah

$$ROS = \frac{\text{Net Income (Before Interest and Tax)}}{\text{Sales}} \quad (3.3)$$

Keterangan:

ROS = *Return On Sales*

Net Income = Penghasilan Bersih Sebelum Bunga dan Pajak

Sales = Penjualan

Variabel dependen pertama pada penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan. Pengukurannya adalah penjumlahan antara ROA, ROE, dan ROS. Pengukuran ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Yusoff *et al.* (2013).

Kinerja Pasar

Bagian kedua dari kinerja perusahaan menurut Al-Tuwaijiri (2003) adalah kinerja berbasis pasar (*market-based measures*). Pengukuran kinerja berbasis pasar, salah satunya menggunakan Tobin's Q yang mengungkapkan bagaimana para investor menilai kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba di masa depan sehingga mencerminkan penilaian pasar terhadap kinerja pasar perusahaan.

Tobin's Q adalah salah satu bentuk pengukuran kinerja perusahaan yang berbasis pasar dengan fungsi untuk menggambarkan bagaimana *investor* menilai kapabilitas perusahaan untuk menciptakan kinerja di masa depan (jangka panjang). Tobin's Q menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Jika Tobin's Q diatas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang

memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika Tobin's Q di bawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik. Jadi Tobin's Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya. Tobin's Q juga merupakan nilai perusahaan di mata pasar yang menggambarkan persepsi *investor* terhadap nilai pasar perusahaan relatif dengan nilai bukunya. Rumus Tobin's Q adalah

$$Q = \frac{MVE + D}{TA} \quad (3.4)$$

Keterangan:

Q = Tobin's Q

MVE = Nilai Pasar Seluruh Saham Beredar (Jumlah Saham Beredar X Harga Saham)

D = Nilai Pasar Liabilitas (Liabilitas Jangka Pendek – Aset Lancar + Liabilitas Jangka Panjang)

TA = *Total Assets*

Berdasarkan uraian tersebut, variabel dependen kedua pada penelitian ini adalah kinerja pasar perusahaan. Pengukuran yang digunakan adalah Tobin's Q. Pengukuran ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Inoue dan Lee (2010).

3.1.2.2 Variabel Independen

Variabel independen (*independent variable* disebut juga variabel prediktor –*predictor variable* atau variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, entah secara positif atau negatif (Sekaran, 2011). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah CSR (*Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan). *Global Reporting Initiative* (GRI) mendefinisikan CSR sebagai sebuah tanggung jawab dari kinerja organisasional perusahaan kepada *stakeholder* internal maupun eksternal untuk tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainability Reporting Guidelines*, 2011:3). *Stakeholder* pada CSR di sini dijabarkan lebih rinci menurut kerangka pemikiran *stakeholder* oleh Clarkson (1995) yang menggambarkan aktivitas sukarela perusahaan terhadap *stakeholder* utamanya seperti pemegang saham atau pemilik, pegawai, pemasok, pelanggan, masyarakat, dan lingkungan.

Untuk mengukur variabel independen CSR tersebut, digunakan metode analisis isi (*content analysis*) terhadap laporan tahunan perusahaan yang didownload dari situs resmi BEI. Indikator CSR *Global Reporting Initiative* (GRI), yang memuat enam aspek dasar CSR (dampak ekonomi, kepedulian lingkungan, ketenagakerjaan, sosial HAM, kemasyarakatan, dan tanggung jawab produk), digunakan karena penelitian ini berkonsentrasi pada banyaknya aktifitas CSR yang dilakukan setiap perusahaan. Penggunaan enam kategori dari GRI lebih sesuai dengan praktik CSR yang dilakukan oleh sebagian besar perusahaan di Indonesia dan lebih dari 1.000 perusahaan di 35 negara telah menggunakannya

(Isaksson & Steimle, 2009) serta mendekati kerangka pemikiran *stakeholder* oleh Clarkson (1995)

Metode *content analysis* pada penelitian ini seperti yang dilakukan oleh Saleh et al. (2010) dengan memeriksa kesesuaian (*checklist*) antara *item* yang terdapat pada indikator CSR GRI dengan informasi pengungkapan CSR yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan dan kemudian memberikan skor (*scoring*) untuk setiap *item*. *Scoring* dilakukan menggunakan *variabel dummy* dengan rincian, yaitu

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 tersebut. Pengukuran CSR dilakukan dengan cara membagi jumlah skor *variabel dummy* untuk setiap aspek CSR GRI dengan jumlah *item* yang tersedia untuk CSR yang diukur tersebut. Berikut ini penjelasan tentang cara pengukuran CSR dan rumus penghitungannya.

Pengukuran CSR mengacu pada daftar *item* indikator CSR GRI yang terdiri dari enam *item* yaitu dampak ekonomi, kepedulian lingkungan, ketenagakerjaan, sosial HAM, kemasyarakatan, dan tanggung jawab produk.

Rumus perhitungan CSR adalah

$$CSR_j = \frac{\sum_{t=1}^{n_j} X_{ij}}{n_j} \quad (3.5)$$

Keterangan:

CSR _j	= Pengukuran CSR
X	= Skor variabel <i>dummy</i> CSR
j	= Perusahaan ke-j
i	= item ke-i
n	= total jumlah item indikator GRI

3.1.2.3 Variabel Kontrol

Variabel kontrol adalah variabel yang dikontrol oleh peneliti, sehingga hubungan antara variabel dependen dan variabel independen tidak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar yang diteliti (Sekaran, 2011). Maksud dari mengontrol ketiga variabel ini adalah untuk meningkatkan hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan dan kinerja pasar. Terdapat tiga variabel kontrol dalam penelitian ini, yaitu *SIZE* (ukuran perusahaan), *GROWTH* (pertumbuhan penjualan), dan *LEVERAGE*. Penggunaan ketiga variabel kontrol tersebut juga telah digunakan pada penelitian terdahulu.

Berikut ini adalah gambaran tentang ketiga variabel kontrol dalam penelitian ini. *SIZE* menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat ditentukan oleh total aset yang dimiliki perusahaan, penjualan yang dilakukan perusahaan, atau nilai pasar dari jumlah saham beredar perusahaan (kapitalisasi pasar) (Inoue dan Lee, 2010). *SIZE* memiliki kemungkinan untuk memiliki pengaruh signifikan antara CSR dengan kinerja perusahaan, perusahaan besar biasanya cenderung lebih berinisiatif dalam menjalankan CSR daripada perusahaan kecil (Luo dan Bhattacharya, 2006). *GROWTH* menggambarkan tingkat pertumbuhan perusahaan yang dilihat dari penerimaan pasar atas penjualan

produk/jasa yang dihasilkan perusahaan (Horne dan Wachowicz, 2009). Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar sehingga cenderung lebih terlibat dalam praktik CSR daripada perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang rendah. *LEVERAGE* adalah kemampuan perusahaan menjamin seluruh kewajibannya, baik kewajiban lancar ataupun jangka panjang (Inoue dan Lee, 2010). Perusahaan dengan tingkat toleransi risiko yang tinggi kemungkinan memiliki keterlibatan CSR yang berbeda dengan perusahaan yang memiliki tingkat toleransi risiko yang rendah (Waddock dan Graves, 1997).

Untuk mengukur *size*, digunakan logaritma natural total aset perusahaan. *Growth* diukur dengan menghitung selisih antara penjualan tahun berjalan dengan penjualan tahun sebelumnya, kemudian membaginya dengan penjualan tahun sebelumnya. *Leverage* diukur dari total liabilitas perusahaan dibagi dengan total aset perusahaan. Berikut ini rumus *size*, *growth*, dan *leverage*.

$$SIZE = LN TA$$

(3.6)

Keterangan:

SIZE = ukuran perusahaan

LN = logaritma natural

TA = total aset

$$GROWTH = \frac{SALES_t - SALES_{t-1}}{SALES_{t-1}} \quad (3.7)$$

Keterangan:

GROWTH = pertumbuhan penjualan

SALES = penjualan tahunan

t = tahun ke-t

$$LEV = \frac{TL}{TA} \quad (3.8)$$

Keterangan:

LEV = *leverage*

TL = total liabilitas

TA = total aset

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi mengacu pada sekelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2011). Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2009 hingga 2013.

Sampel adalah sebagian dari populasi (Sekaran, 2011). Sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Hal ini dilakukan

dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif. Berikut ini adalah kriteria sampel yang digunakan.

1. Perusahaan manufaktur terdaftar di BEI periode tahun 2009 hingga 2013.
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 lain yang terdaftar di BEI, perusahaan manufaktur merupakan jenis perusahaan dengan kegiatan operasi yang paling kompleks sehingga dipandang memiliki tanggung jawab sosial yang paling kompleks pula. Kegiatan operasi perusahaan manufaktur secara langsung maupun tidak langsung memiliki dampak terhadap tenaga kerja (karyawan), komunitas sekitar masyarakat (sosial HAM masyarakat), pelanggan (produk), dan tempat perusahaan beroperasi (lingkungan), sehingga diperlukan adanya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pihak-pihak tersebut. Oleh karena itu, hal tersebut sesuai dengan kriteria CSR dalam penelitian ini.

Tahun 2009 hingga 2013 dijadikan periode populasi dan sampel karena periode tersebut dipandang sebagai periode yang masih terkini. Hal ini diperlukan untuk menjadikan penelitian tentang CSR selalu diperbarui karena pada saat ini tuntutan *stakeholders* kepada perusahaan semakin tinggi untuk menjalankan program CSR.

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 di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2009 hingga 2013. Data tersebut diperoleh melalui website www.idx.co.id dan *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD).

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan 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. Metode dokumentasi dilakukan dengan cara mempelajari informasi yang terdapat dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan profil data sampel yang meliputi nilai minimum, nilai maksimum, *mean*, dan simpangan baku dari data sampel yaitu Kinerja, Kinerja pasar, CSR, *Size*, *Growth*, dan *Leverage*.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini dilakukan uji asumsi klasik agar variabel independen CSR serta variabel kontrol yaitu *Size*, *Growth*, dan *Leverage* yang digunakan

untuk memprediksi variabel dependen yaitu kinerja dan kinerja pasar perusahaan tidak bias sehingga diperoleh model penelitian yang baik. Berikut merupakan uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel pengganggu/*residual* memiliki distribusi normal atau tidak dalam model regresi. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik memiliki data normal atau mendekati normal untuk menghindari terjadinya bias, jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak *valid*.

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. 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. Uji statistik *One Sample Kolmogorov–Smirnov Test* dilakukan untuk menguji normalitas atas distribusi data dengan melihat *Asymp. Sig (2-tailed)* pada variabel pengganggu/*residual*.

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen CSR dengan variabel kontrol yaitu *Size*, *Growth*, dan *Leverage*. Jika ditemukan adanya multikolinieritas maka koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tidak terhingga (Ghozali, 2011). 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). Uji heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan uji *glejser*. Uji *glejser* yaitu pengujian dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen.

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 perusahaan yaitu kinerja dan kinerja pasar. Kedua model persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Model Pertama

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

2. Model Kedua

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

Keterangan:

ROA+ROE+ROS = Penjumlahan antara *Return On Assets*, *Return On Equity*,
dan *Return On Sales*

Q = *Tobin's Q*

CSR = Pengukuran CSR

SIZE = Ukuran Perusahaan

GROWTH = Pertumbuhan Penjualan

LEV = *Leverage*

β_0 - β_4 = Koefisien Regresi

ε = *Error Term*

3.5.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen CSR dan variabel kontrol yaitu *size*, *growth* dan *leverage* terhadap variabel dependen yaitu kinerja keuangan dan kinerja pasar 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 dependen, 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. Model regresi yang memiliki lebih dari dua variabel independen seperti dalam penelitian ini sebaiknya menggunakan *adjusted* R^2 .

3.5.3.3 Uji F

Dalam penelitian ini dilakukan uji F untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen CSR dan variabel kontrol yaitu *size*, *growth*, dan *leverage*

secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen yaitu kinerja dan kinerja pasar perusahaan.

3.5.3.4 Uji t

Uji t dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen CSR dan variabel kontrol yaitu *size*, *growth* dan *leverage* secara terpisah (parsial) terhadap variabel dependen yaitu kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan.