

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2010-2012**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Jenjang S1 Program
Studi Akuntansi*



Oleh:

MIRA BERLIANDA

2011/ 1107907

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERIPADANG
2015**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

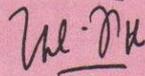
PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2010-2012

NAMA : MIRA BERLIANDA
NIM/TM : 1107907/ 2011
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
KEAHLIAN : KEUANGAN
FAKULTAS : EKONOMI

Padang, Agustus 2015

Disetujui oleh:

Pembimbing I



Nelvrita, SE., M.Si, Ak
NIP : 19740706 199903 2 002

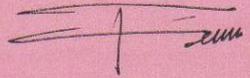
Pembimbing II



Salma Taqwa, SE, M.Si
NIP : 19730723 200604 2 001

Mengetahui

Ketua Prodi Studi Akuntansi



Fefri Indra Arza, SE., M.Sc., Ak
NIP : 19730213 199903 1 003

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang

JUDUL : PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2010-2012

NAMA : MIRA BERLIANDA

NIM/TM : 1107907/ 2011

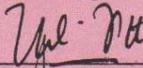
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI

KEAHLIAN : KEUANGAN

FAKULTAS : EKONOMI

Padang, Agustus 2015

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan -
1. Ketua	: Nelvrita, SE.,M.Si, Ak	
2. Sekretaris	: Salma Taqwa, SE, M.Si	
3. Anggota	: Nurzi Sebrina, SE, M.Si, Ak	
4. Anggota	: Mayar Afriyenti, SE, M.Sc	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mira Berlianda
NIM/ BP : 117907/ 2011
Tempat/ Tanggal Lahir : Padang/ 25 Februari 1989
Program Studi : Akuntansi
Keahlian : Akuntansi Keuangan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Utama No. 51 B Rawang Tunggul Hitam
Padang
No. Hp/ Telepon : 0811664089/ 085263567090
Judul Skripsi : Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2010-2012.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/ skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya/ pendapat yang telah ditulis/ dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/ skripsi ini sah, apabila telah ditandatangani Asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Program Studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima Sanksi Akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, Agustus 2015
Yang Menyatakan

Mira Berlianda
NIM. 1107907/ 2011

ABSTRAK

Mira Berlianda, 1107907/2011. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2010-2012.

**Pembimbing : 1. Nelvrita, SE., M.Si., Ak
2. Salma Taqwa, SE., M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan dan nilai perusahaan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012.

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausatif dengan metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 53 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari situs www.idx.co.id dengan menggunakan data berupa laporan tahunan, ringkasan keuangan perusahaan dan laporan keuangan perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana menggunakan program *software SPSS for Windows Realease 15.0*. yang terdiri dari empat model pengujian yaitu menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap masing-masing variabel kinerja keuangan yang diprosikan dengan pertumbuhan penjualan (*growth*), ROA (*Return On Assets*), ROE (*Return On Equity*) dan menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan variabel PBV (*Price to Book Value*).

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan yaitu ROA dan ROE namun pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan (*growth*). Selain itu pengungkapan CSR juga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yaitu PBV.

Dari hasil penelitian diatas, disarankan: (1) Penelitian berikutnya dapat memperluas sampel perusahaan yang diteliti. (2) Dapat memperpanjang periode penelitian (3) Pemerintah hendaknya menetapkan regulasi yang secara tegas dan jelas mengenai praktik dan pengungkapan CSR (4) Peneliti berikutnya dapat mengelompokan item CSR yang paling berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada ALLAH SWT ⁱⁱⁱ dan rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **”Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2010-2012”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata Satu (S1) pada program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Nelvrita, SE., M.Si., Ak selaku Pembimbing I dan Ibu Salma Taqwa, SE., M.Si., selaku Pembimbing II yang telah memberikan telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini. Selain itu penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dekan dan Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Fefri Indra Arza, SE., M.Sc., Ak selaku ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Nurzi Sebrina, SE., M.Si., Ak dan Mayar Afriyenti, SE., M.Sc., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran.
4. Bapak dan Ibu Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, khususnya Program Studi Akuntansi serta karyawan yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di kampus ini.

5. Staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah ikut membantu memberikan pelayanan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Orangtua terhormat, Ayah (Ahmad Wazir) dan ibu (Derwati), Suami tercinta (Andiko, SH) dan si kecil (Mikhayla Kiandra Andiko) serta saudara-saudaraku (Siska, Kiki, Rudi, dan Faisal) yang selalu memberikan motivasi, dukungan fisik dan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
7. Dan untuk semua pegawai Kejaksaan Negeri Tua Pejat yang tidak bisa disebut satu persatu terutama eks. Kajari Tua Pejat Bapak Alm. Sagar Lumban Gaol, SH dan Kajari Tua Pejat yang baru Bapak Mustofa, SH yang telah memberikan izin, pengertian, motivasi dan waktu kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
8. Seluruh teman-teman mahasiswa transfer angkatan 2011 serta pihak-pihak lain yang telah membantu dalam membantu dalam kelancaran proses pembuatan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Akhirnya Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kepentingan pihak yang memerlukan dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan Amin.

Padang, Agustus 2015

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	15
1. Teori <i>Stakeholders</i> (<i>Stakeholders Theory</i>).....	15
2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan).....	17
3. Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	21
4. Tujuan <i>Corporate Social Responsibility</i>	23
5. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	24
6. Kinerja Keuangan.....	33
7. Nilai Perusahaan.....	39

B.	Penelitian Terdahulu...../.....	42
C.	Pengembangan Hipotesis.....	48
	1. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Pertumbuhan Penjualan (<i>growth</i>).....	48
	2. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap <i>Return On Assets</i> (ROA).....	49
	3. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap <i>Return On Equity</i> (ROE).....	50
	4. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap <i>Priceto BookValue</i> (<i>PBV</i>).....	52
D.	Kerangka Konseptual.....	53
E.	Hipotesis.....	52

BAB III METODEOLOGI PENELITIAN

A.	Jenis Penelitian.....	57
B.	Populasi dan Sampel.....	57
C.	Jenis Data dan Sumber Data.....	60
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	61
E.	Defenisi Operasional dan Pengukuran.....	61
	1. Variabel Independen.....	61
	2. Variabel Dependen.....	62
F.	Teknik Analisis Data.....	64
	1.Uji Asumsi Klasik.....	65
	2.Analisis Regresi Linier Sederhana.....	68

3. Uji Hipotesis.....	70
-----------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	72
B. Deskriptif Variabel Penelitian.....	73
1. Analisis Deskriptif.....	73
2. Statistik Deskriptif.....	85
C. Analisis Regresi.....	87
1. Analisis Regresi Model I Pertumbuhan Penjualan (Growth). 87	
2. Analisis Regresi Model II <i>Return On Assets</i> (ROA).....	93
3. Analisis Regresi Model III <i>Return On Equity</i> (ROE).....	98
4. Analisis Regresi Model IV <i>Price to Book Value</i> (PBV).....	104
D. PEMBAHASAN	
1. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Growth.....	110
2. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap ROA.....	111
3. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap ROE.....	112
4. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap PBV.....	114

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	116
B. Keterbatasan Penelitian.....	117
C. Saran.....	117

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Kategori dalam <i>Corporate Sustainability Reporting</i>
Tabel 2.	Kategori Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan
Tabel 3.	Prosedur Penelitian Sampel Teknik Purposive Sampling
Tabel 4.	Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur
Tabel 5.	Pemilihan Sampel
Tabel 6.	Indeks Pengungkapan CSR Perusahaan
Tabel 7.	Pertumbuhan Penjualan (<i>growth</i>)
Tabel 8.	<i>Return On Assets</i> (ROA)
Tabel 9.	Return On Equity (ROE)
Tabel 10.	<i>Price to Book Value</i> (PBV)
Tabel 11.	Tabel Deskriptif
Tabel 12.	Hasil Pengujian Autokorelasi variabel Pertumbuhan Penjualan
Tabel 13.	Uji Koefisien Determinasi
Tabel 14.	Hasil uji t Variabel Pertumbuhan Penjualan (<i>growth</i>)
Tabel 15.	Hasil Pengujian Autokorelasi variabel <i>Return On Assets</i> (ROA)
Tabel 16.	Uji Koefisien Determinasi
Tabel 17.	Hasil uji t Variabel <i>Return On Assets</i> (ROA)
Tabel 18.	Hasil Pengujian Autokorelasi variabel <i>Return On Equity</i> (ROE)
Tabel 19.	Uji Koefisien Determinasi
Tabel 20.	Hasil uji t Variabel <i>Return On Equity</i> (ROE)
Tabel 21.	Hasil Pengujian Autokorelasi variabel <i>Price to Book Value</i> (PBV)
Tabel 22.	Uji Koefisien Determinasi
Tabel 23.	Hasil uji t Variabel <i>Price to Book Value</i> (PBV)

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. Kerangka Konseptual
- Gambar 2. Hasil Pengujian Normalitas Variabel Pertumbuhan Penjualan (*growth*)
- Gambar 3. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas variable Pertumbuhan Penjualan (*growth*)
- Gambar 2. Hasil Pengujian Normalitas Variabel *Return On Assets* (ROA)
- Gambar 3. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas variable *Return On Assets* (ROA)
- Gambar 2. Hasil Pengujian Normalitas Variabel Return On Equity (ROE)
- Gambar 3. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas variable Return On Equity (ROE)
- Gambar 2. Hasil Pengujian Normalitas Variabel *Price to Book Value* (PBV)
- Gambar 3. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas variable *Price to Book Value* (PBV)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan merupakan suatu institusi yang menjalankan roda usaha untuk memperoleh laba atau keuntungan maksimum serta memaksimalkan nilai perusahaan untuk memakmurkan pemilik saham (*stockholders*). Dalam kegiatan memaksimalkan keuntungan, perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan para *stakeholders*-dimana setiap tindakan yang diambil membawa dampak yang nyata terhadap kualitas kehidupan *para stakeholders* dalam hal ini lebih ditekankan pada masyarakat dan kondisi lingkungan disekitarnya. Salah satu peran perusahaan dalam memperhatikan kepentingan *stakeholders* yaitu dengan peningkatan kepekaan dan kepedulian terhadap lingkungan dan masalah etika yang diwujudkan dengan suatu konsep yang dikenal dengan tanggung jawab social perusahaan atau CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Secara umum, *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat didefinisikan sebagai bentuk kegiatan yang berhubungan dengan *stakeholders* dalam meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat untuk beradaptasi dengan keadaan sosial yang ada, menikmati, memanfaatkan, dan memelihara lingkungan serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan (Siregar, 2007: 285 dalam Bio Hafsari Larasaati, 2008). Hal tersebut didasari dengan tiga prinsip dasar CSR yang meliputi *profit, people* dan *planet* sejalan dengan koridor *Tri Bottom Line* yang

mencakup sosial, ekonomi, dan lingkungan yang mengandung makna bahwa tujuan CSR harus mampu meningkatkan laba perusahaan (*profit*), tetapi juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan menyejahterakan karyawan (*people*), dan ikut aktif dalam menjaga kualitas lingkungan (*planet*).

Pada awal perkembangannya, kebanyakan perusahaan memandang bahwa CSR hanya sebagai sumbangan kepada masyarakat yang cukup diberikan dalam bentuk penyediaan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan masyarakat melalui produknya, dan pembayaran pajak kepada negara. Namun, belakangan ini terjadi perpindahan penekanan dari fasilitasi dan dukungan pada sektor-sektor produktif ke arah sektor-sektor social (Wibisono, 2007: 3-5 dalam Bio Hafsari Larasaati, 2008). Faktor-faktor seperti perubahan masyarakat dan teknologi baru, peraturan dan harapan pasar mengarahkan perusahaan untuk mengadopsi perspektif yang lebih luas saat menganalisis resiko yang mungkin tidak diingankan. Sehingga, cara terbaik untuk dapat bertahan dan berhasil dalam jangka panjang adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat yang terus berubah dan diharapkan tercapainya kepuasan *stakeholders* yang akan berdampak pada reputasi dan pangsa pasar perusahaan serta menghindarkan perusahaan dari sangsi hukum.

Namun, bagi beberapa pendapat, CSR masih dianggap sebagai pengungkapan yang pada prakteknya dapat membebani biaya perusahaan sehingga dapat mengurangi laba perusahaan secara keseluruhan. Budaya perusahaan awalnya adalah memaksimalkan keuntungan, sementara keikutsertaan perusahaan dalam

mengungkapkan CSR justru menambah biaya perusahaan terhadap pengeluaran yang tidak langsung karena harus mengeluarkan biaya ekstra untuk pengolahan limbah, perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja karyawan, serta terhadap lingkungan bagaimana harus menciptakan produk yang ramah lingkungan. Semua itu akan menambah biaya perusahaan yang akan mengurangi laba dan pembagian keuntungan bagi investor atau *stakeholders*.

Kondisi tersebut makin diperketat dengan disahkannya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas (PT) yang menjelaskan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan dan dikenakan sanksi jika tidak dilaksanakan. Aturan lebih tegasnya juga terdapat dalam dan UU no. 25 tahun 2007 tentang penanaman modal (PM) dalam pasal 15 huruf b yang berbunyi “ setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan, jika tidak dilaksanakan maka dapat dikenakan sanksi mulai dari peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, hingga pembekuan kegiatan usaha atau fasilitas penanaman modal”.

Dalam pelaksanaannya, CSR menguras dana perusahaan dalam jumlah yang tidak sedikit. Berdasarkan fakta tersebut, perusahaan sebagai pelaku CSR akan memiliki pandangan yang berbeda-beda terhadap pelaksanaannya. Mulai dari sekedar basa-basi atau keterpaksaan, sekedar pemenuhan tanggung jawab, hingga pada asas kesukarelaan. Pada akhirnya, kurangnya kepedulian terhadap masyarakat dan

lingkungan sekitar akan dibayar dengan harga yang lebih mahal. Bahkan dalam *Handbook Of Indonesia's Energy Economy Statistic* (2005) dalam Lindrawati, et al (2008) terlihat bahwa tiga teratas dari empat besar penyebab emisi karbon dioksida disumbang oleh perusahaan yaitu industry, pembangkit listrik dan transportasi. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa kasus yang terjadi seperti kasus luapan lumpur panas di Sidoarjo oleh PT. Lapindo Brantas, kasus PT Freeport Indonesia, Kasus Tragedi Minamata, dan beberapa perusahaan migas yang mengalami kebocoran gas sehingga berdampak buruk terhadap masyarakat sekitarmulai dari kesehatan, kehilangan pekerjaan, tempat tinggal, dan kerusakan lingkungan yang pada akhirnya menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab dan menjadi ekstra sibuk mengeluarkan anggaran yang tidak sedikit bahkan terhenti operasionalnya.

Namun sejalan dengan anggapan negative dan kontra terhadap CSR tersebut, beberapa sumber menerangkan bahwa penerapan *corporate social responsibility* dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan, dimana para investor cenderung menanamkan modal kepada perusahaan yang peduli terhadap kegiatan sosial. Sebagaimana contohnya pada perusahaan besar seperti *Shell International, The Body Shop, The Co-operative Bank (UK), Van City Credit Union* yang seharusnya memerhatikan perolehan laba atau tampilan kinerja keuangan yang baik bagi investor dan perusahaan, justru berinisiatif melakukan tanggungjawab sosialnya.

Branco dan Rodrigues, 2007 dalam Lindrawati, et al (2008), juga meneliti bahwa CSR diteliti sebagai sumber keunggulan kompetitif karena CSR tidak hanya berakhir

pada aktifitas sosial saja tetapi juga memiliki *continuous impact* yang positif bagi perusahaan. CSR membantu perusahaan memperoleh kelangsungan kinerja ekonomi dan keuangan yang kuat bagi jangka panjang. Dengan mengimplementasikan CSR secara tidak langsung perusahaan telah meminimalkan biaya implicit dari tindakan tidak bertanggungjawab perusahaan seperti biaya hukum akibat tuntutan adanya limbah perusahaan yang merusak lingkungan, biaya claim karyawan akibat ketidakpedulian terhadap kesejahteraan karyawan.

Pengungkapan CSR juga dapat dipandang sebagai salah satu asset strategis dan kompetitif bagi perusahaan ditengah iklim bisnis yang sarat kompetisi. Salah satu keuntungan yang diperoleh perusahaan dengan pengungkapan CSR adalah peningkatan profitabilitas bagi perusahaan dan kinerja keuangan yang lebih baik, Banyak perusahaan besar yang mengimplementasikan program CSR menunjukkan keuntungan yang nyata terhadap peningkatan nilai perusahaan (Novi, 2012). Tentunya perusahaan tidak akan melakukan aktivitas yang berdampak negative pada arus kas perusahaan karena akan mempengaruhi performance perusahaan.

Adanya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk pengungkapan CSR diharapkan dapat merubah citra perusahaan dimasyarakat. Pengungkapan biaya aktivitas social ini diharapkan akan menarik para calon investor dan konsumen atas aktivitas sosialnyayang mnciptakan pendapatan dengan mengkonsumsi produk yang dihasilkan perusahaan. Semakin bertambah pendapatan perusahaan akan memacu meningkatnya kinerja keuangan perusahaan yang diikuti dengan peningkatan harga

saham. Nilai saham yang tinggi cenderung diminati oleh para investor karena berkemungkinan memiliki nilai perusahaan yang tinggi sehingga memiliki tingkat pengembalian investasi yang tinggi juga. Oleh karena itu, pengungkapan CSR diharapkan mempunyai implikasi terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan.

Kinerja Keuangan perusahaan menurut Mulyadi (2006) dalam Novi, 2012 adalah hasil keputusan berdasarkan penilaian terhadap kemampuan perusahaan, baik dari aspek profitabilitas, likuiditas, aktivitas, dan solvabilitas yang dibuat oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Kinerja keuangan merupakan salah satu factor yang menunjukkan efektifitas dan efesiensi suatu perusahaan dalam rangka mencapai suatu tujuan yang mengukur sejauh mana prestasi, peningkatan, posisi atau performance dari nilai perusahaan yang diukur melalui laporan keuangan perusahaan.

Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dinilai dengan menggunakan berbagai macam indicator, salah satunya dengan menggunakan analisis laporan keuangan melalui analisis rasio. Analisis rasio merupakan cara pemrosesan dan penginterpretasian informasi akuntansi yang terdapat dalam laporan keuangan. Salah satu analisis rasio yang berhubungan dengan manfaat pengungkapan CSR salah satunya analisis rasio pertumbuhan (*growth*), analisis rasio *Profitabilitas*.

Salah satu alat ukur rasio pertumbuhan (*growth*) adalah penjualan. Penjualan mempunyai kemampuan yang lebih besar dalam menjelaskan tentang kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dibandingkan dengan factor lain yang berbasis laba karena laba dipengaruhi pengeluaran-pengeluaran yang bersifat

temporer seperti biaya promosi, pengembangan produk dan sebagainya. Beberapa teori mengungkapkan bahwa CSR dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan perusahaan salah satunya menurut Philip Kotler, dkk (2005) dalam Danu Candra (2011) yang mengemukakan bahwa aktivitas CSR dapat meningkatkan penjualan dan market share, meningkatkan citra perusahaan, menurunkan biaya operasi dan daya tarik perusahaan dimata investor.

Menurut Hockerts et al dalam Rambu Leki dan Y. Jogi (2013) salah satu factor yang mempengaruhi penjualan adalah promosi. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan promosi dengan cara melakukan inovasi produk salah satunya dengan kegiatan CSR. Inovasi perusahaan dapat tercermin dari pengembangan produk yang memperhatikan kesehatan konsumen dan ramah lingkungan. Dengan demikian, inovasi produk yang berfokus pada kebutuhan pelanggan dan lingkungan ini dapat menjadi keunggulan kompetitif dibandingkan kompetitor lain. Hal tersebut akan berdampak pada reputasi perusahaan yang mampu meningkatkan penjualan dalam jangka panjang. Sehingga akan berpengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan.

Salah satu kinerja keuangan perusahaan lain juga dapat dilihat dari analisis rasio profitabilitas yang dapat diukur dengan *Return On Assets* (ROA). ROA yaitu mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba melalui aktiva yang tersedia. Menurut Wibisono (2007: 84-87) dalam Bio Hafsari Larasati (2008) pengungkapan CSR dapat mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan, mereduksi resiko bisnis perusahaan, membentangkan akses menuju market,

meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. Selain itu, menurut Sawir (2004:56) dalam Novi, 2012 terdapat lima keuntungan dalam mempraktikkan CSR diantaranya profitabilitas akan semakin kokoh, meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan, menurunnya gejolak social dan resistensi komunitas sekitarnya.

Dengan pengungkapan CSR meskipun perusahaan mengeluarkan biaya untuk melakukan kegiatan CSR disamping itu perusahaan juga sekaligus mengamankan asset yang dimilikinya dari resiko bisnis yang terjadi misalnya tuntutan hukum atas kerusakan lingkungan serta tuntutan demo karyawan dari hal-hal yang merugikan mereka yang dapat memberhentikan sementara aktivitas operasional perusahaan yang tentunya yang akan lebih merugikan perusahaan. Dengan menghindari resiko-resiko perusahaan yang ada, perusahaan mampu melakukan manajemen yang baik dalam pendanaannya sehingga perusahaan akan lebih efektif menghasilkan laba dari asset yang digunakan sehingga dapat meningkatkan ROA perusahaan yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Selain ROA, profitabilitas perusahaan juga tercermin dalam ROE (*Return On Equity*) yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal saham tertentu. Menurut Jackie Ambadar (2008:10) dalam Rini Shintawati, 2009 CSR juga memberikan beberapa manfaat yaitu keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan, perusahaan mendapatkan citra (image) yang positif dari masyarakat luas, perusahaan juga lebih mudah memperoleh akses terhadap modal, perusahaan

dapat mempertahankan sumber daya manusia, dan terakhir perusahaan dapat mengambil keputusan pada hal-hal yang kritis dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko.

Perusahaan yang mengungkapkan CSR akan mendapatkan perhatian dari masyarakat dan investor. Karena perusahaan yang mengungkapkan CSR dianggap perusahaan yang peduli terhadap kegiatan social dan bertanggungjawab. Perhatian dari masyarakat dan investor akan menciptakan reputasi yang baik untuk perusahaan, terutama kreditur dan investor. Karena mereka percaya bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan CSR mempunyai prospek keuangan yang bagus. Dengan mendapatkan kepercayaan dari kreditur dan investor, perusahaan diharapkan akan mendapatkan peluang untuk memperoleh tambahan dana atau modal lebih untuk meningkatkan keuntungan atau laba perusahaan dan memberikan tingkat pengembalian yang lebih kepada investor yang pada akhirnya dapat mempengaruhi ROE perusahaan.

Selain meningkatkan kinerja keuangan, pengungkapan CSR juga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Seiring dengan meningkatnya kinerja keuangan, nilai perusahaan akan tumbuh lebih baik. *Firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan baik dari segi pasar maupun keuangan perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berhasil tumbuh dengan baik. Nilai perusahaan dapat diukur dengan rasio *Price to Book Value* (PBV). PBV

menunjukkan nilai perusahaan dengan membandingkan harga saham penutupan dengan nilai buku saham. Philip Kotler, dkk, (2005) dalam Danu Candra (2011) mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR dapat meningkatkan citra dan market share perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan cerminan dari rasio pasar dan rasio rentabilitas dengan kata lain gambaran kondisi perusahaan yang mengaitkan antara internal perusahaan dengan kondisi pasar. Kondisi pasar erat kaitannya dengan harga saham. Dengan pengungkapan CSR diharapkan perusahaan mendapatkan citra positif dari masyarakat sehingga mampu meningkatkan rentabilitas atau profitabilitas perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham yang tinggi. Investor cenderung menanamkan sahamnya terhadap perusahaan yang memiliki harga saham tinggi karena mengharapkan tingkat pengembalian investasi yang tinggi juga. Sehingga dengan melakukan pengungkapan CSR perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kinerja keuangan yang tercermin dalam harga saham yang tinggi sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Berbagai penelitian sebelumnya tentang CSR menemukan bahwa terdapat hubungan antara CSR dengan kinerja perusahaan. Adapun Penelitian tersebut dilakukan oleh Goukasian dan Whitney (2007) dalam Lindawati, Nita et al, 2008 yang mengkaitkan hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan dimana hasilnya mengindikasikan bahwa perusahaan yang mengeluarkan biaya untuk bertanggungjawab secara social dan etis tidak menyebabkan *trade-off*nya

(pertukarannya) negative dan tetap dapat menampilkan kinerja sebaik perusahaan lain yang tidak mengimplementasikan CSR. Indra Permana Simanjuntak juga meneliti pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja perusahaan yang di bagi dengan kinerja keuangan jangka pendek yang diukur dengan *Asset Turnover* (ATO) dan kinerja jangka panjang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV). Hasil analisisnya menunjukkan terdapat hubungan positif antara CSR terhadap kedua variable tersebut.

Doddy Setiawan dan A.A. Alit CAndrayanthi dan ID.G Dharma Saputra yang meneliti tentang Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Kinerja Perusahaan (ROA, ROE dan NPM) pada perusahaan pertambangan juga menemukan hubungan positif antara CSR dengan ROA dan ROE namun negative terhadap NPM. Sedangkan Lindawati, Nita et al, 2008 menemukan adanya hubungan positif antara pengungkapan CSR dengan ROA (*Return On Assets*) namun memiliki negative antara pengungkapan CSR dengan ROE (*Return On Equity*).

Namun, ada juga penelitian yang membuktikan secara empiris dimana pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh sama sekaliterhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan variable ROA, ROE dan EPS seperti penelitian yang dilakukan oleh Marissa Yaparto, Dianne et al (2013).

Berdasarkan latar belakang diatas serta beragamnya hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mencoba untuk melakukan penelitian untuk menemukan hubungan apakah terdapat hubungan antara pengungkapan CSR terhadap kinerja dan nilai perusahaan. Sehinggaapakah pengungkapan CSR hanya bersifat sukarela dalam

prakteknya atau sebaliknya memberikan dampak yang baik terhadap tercapainya tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Oleh karena itu, peneliti akan mengangkat topik penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2010-2012.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pada penelitian ini akan dirumuskan masalah-masalah berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan (*Pertumbuhan/ Growth*)?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan (*Return On Assets/ ROA*)?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan (*Return On Equity/ ROE*)?
4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan (*Price to Book Value/ PBV*)?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan serta tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, manfaat yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, dengan melakukan penelitian tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan diharapkan hasil analisisnya dapat digunakan untuk menambah wawasan dan masukan bagi pelaku bisnis nasional dalam mempertimbangkan kebijakan untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Bagi investor, manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai masukan bagi investor dan para pelaku pasar modal dalam pengambilan keputusan untuk melakukan penempatan modal dengan memperhatikan nilai lebih selain ukuran moneter namun juga dengan

ukuran non moneter terhadap perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

3. Bagi para akademisi, penelitian ini dapat menambah wawasan dan literature yang membantu dalam perkembangan ilmu akuntansi dan menambah wawasan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta bagaimana pengaruhnya terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan yang menimbulkan beberapa pendapat apakah CSR dapat mengurangi keuntungan perusahaan atau memberikan manfaat lebih bagi kelangsungan usaha perusahaan.
4. Bagi peneliti, penelitian ini memberikan pengetahuan dan pengalaman tambahan dalam menekuni dan mempraktikan teori keuangan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meneliti variabel keduanya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori *Stakeholders* (*Stakeholders Theory*)

Berkembangnya pendekatan sistem manajemen mengenai bagaimana suatu organisasi perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efektif telah menyebabkan pergeseran orientasi di dalam dunia bisnis dari *stockholders* kepada *stakeholders* yang telah disebut sebagai penyebab munculnya isu tanggungjawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan istilah CSR (Indrawan, 2011). *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipercaya salah satu cara untuk mengelola hubungan *stockholders* dengan kelompok *stakeholders* yang berbeda, perannya adalah mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholders*.

Stakeholders merupakan orang atau kelompok orang yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi secara langsung atau tidak oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan. Menurut Jones dalam Solihin (2009) dalam Indrawan (2011), menjelaskan bahwa *stakeholders* dibagi dalam dua kategori, yaitu :

1. *Inside Stakeholders*, terdiri atas orang-orang yang memiliki terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Pihak-pihak yang

termasuk dalam kategori *inside stakeholders* adalah pemegang saham (*stockholders*), manajer, dan karyawan.

2. *Outside stakeholders*, terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Pihak-pihak yang termasuk dalam kategori *outside stakeholders* adalah pelanggan (*customers*), pemasok (*supplier*), pemerintah, masyarakat lokal, dan masyarakat secara umum.

Teori *stakeholders* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholders*nya, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholders* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Kusumadilaga, 2010). Selain itu, teori *Stakeholders* juga menyatakan dengan memperhatikan kebutuhan *stakeholders*, kesamaan hak dengan *stockholders* yaitu memperhatikan permintaan, perspektif dan keinginan pada perusahaan dapat membantu manajemen membuat keputusan lebih baik dalam pencapaian tujuan utama perusahaan dalam memakmurkan *stockholders* (Goukasian dan Whitney, 2007 dalam Indrawan, 2011). Keseluruhan hubungan perusahaan dengan *stakeholders* tersebut disebut dengan CSR (Setiawan (2005:3) dalam Indrawan (2011). Pencapaian sukses komersial dengan cara memperhatikan nilai etis dan respek terhadap

masyarakat, komunitas, dan lingkungan alam juga diartikan sebagai CSR (*Business for Social Responsibility* dalam Tsoutsoura, 2004 dalam Indrawan (2011).

2. Corporate Social Responsibility (Tanggungjawab Sosial Perusahaan)

Di Indonesia istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an dimana lebih dikenal dengan istilah *CSA (Corporate Social Activity)* atau Aktifitas Sosial Perusahaan. Sejak tahun 1950-an, CSR dipandang dari dua perspektif, pertama prinsip charity yaitu pihak yang lebih makmur sudah seharusnya membantu pihak yang membutuhkan. Kedua, prinsip stewardship disebabkan karena kekayaan perusahaan berasal dari masyarakat sekitar, maka sebaliknya perusahaan juga wajib membantu masyarakat.

Terdapat beberapa defenisi dari CSR dari berbagai sumber, antara lain :

“Menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang tanggung jawab social sebagai komitmen perusahaan untuk menyokong pengembangan ketahanan dalam rangka meningkatkan mutu hidup dan lingkungan yang dapat bermanfaat bagi perusahaan dan masyarakat.

“Menurut ISO 26000, tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR) diterjemahkan sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku dan transparan dan etis, yang :

1. Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.
2. Memperhatikan kepentingan dari para *Stakeholders*.

3. Sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional.
4. Terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan produk maupun jasa.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Indrawan (2011), definisi CSR atau tanggungjawab social perusahaan adalah : “Komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, beserta komunitas-komunitas setempat dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan”.

Dari berbagai definisi tersebut CSR dapat dirangkum sebagai aktivitas perusahaan dalam mencapai keseimbangan antara aspek ekonomi, lingkungan, dan social tanpa mengesampingkan tujuan dari pemegang saham yaitu menghasilkan profit.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan yang didasari tiga prinsip dasar yang meliputi *profit*, *people* dan *planet* sejalan dengan koridor *Tri Bottom Line* yang mencakup sosial, ekonomi, dan lingkungan menurut Wibisono (2007:32) dalam Resturiyani, 2012. Konsep *triple bottom line* atau yang akrab dikenal dengan sebutan “3P”, yaitu *profit*, *people*, dan *planet* mengandung makna bahwa perusahaan sebaiknya tidak hanya memburu keuntungan (*profit*), tetapi juga harus memberikan

kontribusi positif kepada masyarakat (*people*), dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Menurut ISO 26000 dalam Indrawan (2011) terdapat beberapa prinsip-prinsip dasar CSR yang menjadi dasar pelaksanaan atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan CSR antara lain:

1. Kepatuhan dalam hukum
2. Menghormati instrument/ badan-badan international
3. Akuntabilitas
4. Transparansi
5. Perilaku yang beretika
6. Melakukan tindakan pencegahan
7. Menghormati dasar-dasar HAM

Adapun Haigh dan Jones dalam Lindrawati (2008) menyatakan bahwa terdapat 6 faktor yang mendorong perusahaan dalam melakukan praktik CSR. Hal tersebut adalah adanya tekanan internal dari manajer bisnis, tekanan dari pesaing, bisnis, investor, konsumen dan tekanan regulasi yang datang baik dari lembaga pemerintah maupun non pemerintah. Tekanan tersebut yang rata-rata berasal dari luar perusahaan semakin mendorong perusahaan untuk tidak lagi hanya menganggap praktik CSR sebagai suatu hal yang sukarela.

Menurut Gray et al (1987) dalam Sembiring (2005) ruang lingkup CSR dibagi menjadi 3 bagian yaitu:

1. *Basic responsibility*, tanggung jawab yang muncul karena keberadaan perusahaan, contohnya kewajiban membayar pajak, menaati hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham.
2. *Organizational Responsibility*, tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi kepentingan *stakeholder*, yaitu karyawan, konsumen, pemegang saham dan masyarakat.
3. *Societal Responsibility*, tanggung jawab yang menjelaskan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan masyarakat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

Adapun bentuk-bentuk tanggungjawab social perusahaan menurut Bradiev (2006) dalam Sembiring (2005) antara lain:

1. *Corporate Philantrophy*, bentuk tanggungjawab hanya sebatas kedermawanan/ kesediaan, seperti berbentuk sumbangan atau kegiatan lain yang tidak begitu berhubungan dengan perusahaan.
2. *Corporate Responsibility*, bentuk tanggungjawab social perusahaan ada karena tuntutan undang-undang.
3. *Corporate Policy*, bentuk tanggungjawab social perusahaan merupakan bagian dari kebijakan perusahaan.

3. Manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Dalam penerapan CSR, perusahaan dirasa perlu memiliki pandangan bahwa CSR adalah investasi masa depan. Artinya, CSR bukan lagi dilihat sebagai sentra biaya (cost centre), melainkan sentra laba (profit centre) di masa mendatang. Karena melalui hubungan timbal baliknya masyarakat juga akan ikut menjaga eksistensi perusahaan. Menurut Wibisono (2007: 84-87 dalam Bio Hafsari Larasaati, 2008), manfaat CSR bagi perusahaan diantaranya, mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan, layak mendapatkan *social license to operate*, mereduksi resiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumber daya, membentangkan akses menuju market, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*, memperbaiki hubungan dengan regulator, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, memberikan peluang untuk mendapatkan penghargaan, dan beberapa keuntungan lainnya.

Philip Kotler dkk (2005) dalam Indrawan (2011) menjelaskan juga bahwa terdapat banyak manfaat yang dapat diperoleh atas aktivitas CSR, antara lain: meningkatkan penjualan dan *market share*, memperkuat *brand positioning*, meningkatkan citra perusahaan, menurunkan biaya operasi dan meningkatkan daya tarik perusahaan dimata para investor dan analisis keuangan.

Selain itu menurut Sawir (2004:56) dalam Resturiyani, 2012 sejumlah pakar strategic management menyebutkan ada lima keuntungan jika perusahaan mempraktikan CSR antara lain:

1. Profitabilitas semakin kokoh
2. Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok dan konsumen
3. Meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan
4. Menurunnya kerentanan gejoak social dan resistensi komunitas sekitarnya karena mereka diperhatikan dan dihargai perusahaan
5. Meningkatnya reputasi dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

CSR diteliti sebagai sumber keunggulan kompetitif karena CSR tidak hanya berakhir pada aktivitas social saja, tetapi juga memiliki continuous impact yang positif bagi perusahaan. CSR membantu perusahaan memperoleh kelangsungan kinerja ekonomi dan keuangan yang kuat bagi jangka panjang. Dengan mengimplementasikan CSR secara tidak langsung perusahaan telah meminimalkan biaya implicit dari tindakan tidak bertanggungjawab perusahaan antara lain biaya hukum akibat tuntutan adanya limbah perusahaan yang merusak lingkungan, biaya claim karyawan akibat ketidakpedulian perusahaan terhadap kesejahteraan karyawan selama bekerja.

Kualitas CSR yang baik mempuakan perusahaan membangun hubungan yang efektif dengan stakeholders (tidak hanya stockholders) yang berujung pada kinerja keuangan yang lebih tinggi. karena menguntungkan, maka CSR diintegrasikan ke dalam perusahaan atau minimal CSR akan dijalankan untuk jangka panjang (Branco dan Rodrigues, 2007 dalam Lindrawati, 2008).

Dari beberapa manfaat CSR diatas dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan bentuk aktivitas perusahaan terhadap kepedulian ekonomi, social dan lingkungan yang akan memberikan manfaat balik terhadap pertumbuhan dan keberlangsungan usaha perusahaan dalam jangka panjang baik kinerja keuangan perusahaan maupun nilai perusahaan dalam menarik investor.

4. Tujuan *Corporate Social Responsibility* Bagi Perusahaan

Menurut Chuck Wiliams (2001:123) dalam Resturiyani (2012) menyebutkan bahwa :

“Tujuan perusahaan menerapkan CSR agar dapat member manfaat yang terbaik bagi stakeholders dengan cara memenuhi tanggungawab ekonomi, hokum, etika dan kebijakan,

1. Tanggungjawab ekonomis. Kata kuncinya adalah *make a profit*. Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba. Laba adalah pondasi perusahaan, perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup dan berkembang.
2. Tanggungjawab legal. Kata kuncinya *obey the law*. Perusahaan harus taat hokum. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah.

3. Tanggungjawab etis. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis sesuai norma-norma masyarakat bagi perilaku organisasi. Kata kuncinya *be ethical*.
4. Tanggungjawab filantropis. Perusahaan dituntut agar dapat memberikan kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat untuk meningkatkan kualitas kehidupan semua. Kata kuncinya *be a good citizen*.

5. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *social disclosure* atau *corporate social responsibility disclosure* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring : 2005).

Menurut gray et al (1995) dalam Sembiring (2005), ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu :

1. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional.
2. Meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi.

Penyajian laporan tanggung jawab sosial telah dituangkan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 paragraf 12 tentang Penyajian Laporan Keuangan yang menyebutkan bahwa entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut diluar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan. Hal ini berarti penyajian dan pengungkapan laporan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan pengungkapan sukarela tergantung dari kebijaksanaan perusahaan.

Sementara itu, UU 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, tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dapat dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran dan selanjutnya bagi perseroan yang tidak melaksanakannya akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan”.

Kewajiban melaksanakan CSR juga diberlakukan bagi perusahaan yang melakukan penanaman modal di Indonesia sebagaimana diatur di dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang tertuang dalam Pasal berikut ini:

Pasal 15 berbunyi:

Setiap penanam modal berkewajiban:

- a. Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik;*
- b. Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan;*
- c. Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal;*
- d. Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal;*
- 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:

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.*

Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui beberapa media antara lain laporan tahunan, laporan interim, prospektus, pengumuman kepada bursa efek atau melalui media massa (Luhgiatno : 2007 dalam Hastuti,2013). Adapun beberapa teknik pelaporan Social Responsibility Accounting (Diller : 1970) dalam (Luhgiatno : 2007 dalam Hastuti, 2013), yaitu:

1. Pengungkapan dalam surat kepada pemegang saham baik dalam laporan tahunan atau bentuk laporan lainnya.
2. Pengungkapan dalam catatan atas laporan keuangan.

3. Dibuat dalam perkiraan tambahan misalnya melalui adanya perkiraan (akun) penyisihan kerusakan lokasi, biaya pemeliharaan lingkungan, dan sebagainya.

Pengungkapan tanggung jawaban sosial ini diungkapkan dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya didalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Berdasarkan konsep yang dikemukakan tersebut, Darwin (2004) dalam Hastuti (2013) membagi *Corporate Sustainability Reporting* menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Selanjutnya, tiga kinerja utama ini akan dibagi menjadi beberapa kategori seperti dalam tabel 1 berikut ini.

Tabel 1.
Kategori dalam Corporate Sustainability Reporting

Kategori	Aspek
Kinerja Ekonomi	
Pengaruh ekonomi secara langsung	Pelanggan, pemasok, karyawan, penyedia modal dan sektor publik.
Kinerja Lingkungan	
Hal-hal yang terkait dengan lingkungan	Bahan baku, energi, air. Keanekaragaman hayati (<i>biodiversity</i>), emisi, sungai, dan sampah, pemasok, produk dan jasa, pelaksanaan dan angkutan.
Kinerja Sosial	

Praktik Kerja	Keamanan dan keselamatan tenaga kerja, pendidikan dan <i>training</i> , kesempatan kerja
Hak manusia	Strategi dan manajemen, non diskriminasi, kebebasan berserikat dan berkumpul, tenaga kerja dibawah umur, kedisiplinan, keamanan, dll.
Sosial	Komunitas, korupsi, kompetisi dan penetapan harga
Tanggung jawab terhadap produk	Kesehatan dan keamanan pelanggan, iklan yang peduli terhadap hak pribadi.

Adapun identifikasi dari beberapa kategori hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan di atas yaitu:

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

Selain teori Darwin, Hacketston dan Milne dalam Sembiring (2005) juga membagi pengungkapan CSR kedalam 90 item yang kemudian disesuaikan menjadi 78 item.

Dari ke-78 item tersebut mereka membaginya ke dalam 7 kategori pengungkapan tanggungjawab social perusahaan antara lain lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Adapun rincian dari ke-78 item pengungkapan tersebut sebagai berikut:

Tabel 2
Kategori Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Kategori	
Lingkungan	1. Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi.
	2. Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi.
	3. Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi.
	4. Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi.
	5. Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air, dan kertas.
	6. Penggunaan material daur ulang.
	7. Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan.
	8. Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.
	9. Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.
	10. Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah.
	11. Pengolahan limbah.
	12. Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan.
	13. Perlindungan lingkungan hidup.
Energi	1. Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi.
	2. Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.
	3. Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil

	produk daur ulang.
	4. Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.
	5. Pengungkapan peningkatan efisiensi energi produk.
	6. Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk.
	7. Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.
Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja	1. Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja.
	2. Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental.
	3. Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja.
	4. Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja.
	5. Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.
	6. Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.
	7. Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja.
	8. Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja.
Lain-lain tentang Tenaga Kerja	1. Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/ orang cacat.
	2. Mengungkapkan presentase/ jumlah tenaga kerja wanita/ orang cacat dalam tingkat managerial.
	3. Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/ orang cacat dalam pekerjaan.
	4. Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/ orang cacat.
	5. Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja.
	6. Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan.
	7. Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.
	8. Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan.
	9. Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan.
	10. Mengungkapkan fasilitas untuk aktifitas rekreasi.
	11. Pengungkapan presentase gaji untuk pensiun.

	12. Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan.
	13. Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan.
	14. Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada.
	15. Mengungkapkan disposisi staf- dimana staf ditempatkan.
	16. Mengungkapkan jumlah staf, masa kerja dan kelompok usia mereka.
	17. Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misal: penjualan per tenaga kerja.
	18. Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
	19. Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja.
	20. Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
	21. Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja.
	22. Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan.
	23. Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah.
	24. Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh.
	25. Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja.
	26. Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegoisasikan.
	27. Peningkatan kondisi kerja umum.
	28. Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja.
	29. Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja.
Produk	1. Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya.
	2. Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk.
	3. Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk.
	4. Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan.
	5. Membuat produk lebih aman untuk konsumen.
	6. Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan.
	7. Pengungkapan peningkatan kebersihan/ kesehatan dalam pengolahan/ penyiapan produk.

	8. Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan.
	9. Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan.
	10. Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat ; misalnya ISO 9000
Keterlibatan Masyarakat	1. Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni.
	2. Tenaga kerja paruh waktu (<i>part-time employment</i>) dari mahasiswa/ pelajar.
	3. Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat.
	4. Membantu riset medis.
	5. Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni.
	6. Membiayai program beasiswa.
	7. Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat.
	8. Mensponsori kampanye nasional.
	9. Mendukung pengembangan industri lokal.
Umum	1. Pengungkapan tujuan/ kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.
	2. Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan diatas
Total item : 78 item	

Sumber : Dimodifikasi dari Hackston dan Milne (1999) dalam Sembiring (2005)

Adapun pengungkapan CSR diukur melalui *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). CSRI diukur melalui rekapan penilaian *Global Report Initiative* (GRI) yang sudah dinilai oleh *National Center for Sustainability Reporting* (NCSR), yaitu perusahaan yang mendapatkan penghargaan dari *Indonesia Sustainability Reporting Awards* (ISRA), yang dibagi dengan banyaknya jumlah item CSR yang seharusnya diungkapkan dalam sebuah industry perusahaan. Adapun perngukuran pengungkapan CSR sebagai berikut:

$$CSR_{D_{ij}} = \frac{\sum X_{ij}}{\text{Jumlah item pengungkapan}}$$

Keterangan:

CSR_{Dij} = *Corporate Social Responsibility Indeks* perusahaan i pada periode j

Σx_{ij} = total pengungkapan item CSR yang dilakukan oleh perusahaan i pada periode j

6. Kinerja Keuangan

Pada dasarnya tanggungjawab manajemen adalah untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan adalah tingkat pencapaian prestasi perusahaan yang diukur dalam bentuk hasil-hasil kerja (*performance outcome*) yang dibagi menjadi dua yaitu kinerja keuangan dan kinerja pasar. Kinerja keuangan perusahaan dapat diukur dengan melihat kondisi keuangan perusahaan yang tertuang dalam hasil laporan keuangannya. Sedangkan kinerja pasar sebuah perusahaan dapat diukur dari harga sahamnya.

Menurut Mulyadi (2006) dalam Resturiyani, 2012 kinerja keuangan adalah hasil keputusan berdasarkan penilaian terhadap kemampuan perusahaan, baik dari aspek profitabilitas, likuiditas, aktivitas, dan solvabilitas yang dibuat oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan.

Menurut Munawir (2007:30) dalam Sugiono (2009) tujuan dari pengukuran kinerja keuangan antara lain:

1. Untuk mengetahui tingkat likuiditas perusahaan

Likuiditas perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

2. Untuk mengetahui tingkat solvabilitas perusahaan

Solvabilitas perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjang perusahaan.

3. Untuk mengetahui tingkat rentabilitas atau profitabilitas perusahaan

Profitabilitas perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan asset dari hasil aktifitas operasional dan mengukur tingkat pengembalian yang dapat diberikan perusahaan atas kegiatannya.

4. Untuk mengetahui stabilitas usaha

Tujuan ini untuk mengetahui kemampuan perusahaan melakukan usahanya dengan stabil dan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk membayar dividen.

Adapun manfaat pengukuran kinerja menurut Mulyadi (2006) dalam Resturiyani, 2012 antara lain:

1. Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien
2. Menmbantu pengambilan keputusan
3. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan
4. Sebagai evaluasi kinerja manajemen dan dasar untuk memberikan penghargaan.

Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dinilai dengan menggunakan berbagai macam indicator, salah satunya dengan menggunakan analisis laporan keuangan melalui analisis rasio. Analisis rasio merupakan cara pemrosesan dan penginterpretasian informasi akuntansi yang terdapat dalam laporan keuangan. Rasio

keuangan dirancang untuk membantu mengevaluasi laporan keuangan. Adapun pengertian rasio keuangan menurut Sogiono (2009) adalah suatu analisa angka yang menunjukkan hubungan antara unsure-unsur dalam laporan keuangan yang dinyatakan dalam bentuk matematis yang sederhana.

Menurut Fried J. Weston dalam Sugono (2009), rasio keuangan dikelompokan dalam beberapa jenis antara lain:

1. Rasio Likuiditas, terdiri dari *current ratio*, *quick ratio*, *cash ratio*.
2. Rasio Aktivitas, terdiri dari perputaran persediaan, perputaran aktiva tetap, perputaran piutang, perputaran asset.
3. Rasio Solvabilitas, terdiri dari *debt ratio*, *debt to equity ratio*.
4. Rasio Profitabilitas, terdiri dari *Return On Assets*, *Return On Equity*, *Gross margin*, *net profin margin*, *operating margin*.
5. Rasio Pertumbuhan dan Kecendrungan (*Growth and Trend Analysis*)

Rasio pertumbuhan berguna untk mengukur kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kedudukannya. Analisis pertumbuhan berguna untuk membandingkan pos yang sama dalam dua periode dan pos yang dibandingkan ikut bergerak. Adapun alat untuk mengukur growth rate suatu perusahaan antara lain penjualan, laba bersih setelah pajak, EPS (*earning per share*, dividen serta harga saham. Sedangkan analisis trend berguna untuk membandingkan pos yang sama dalam dua periode tapi pos yang digunakan sebagai pembanding tidak bergerak/tetap.

6. Rasio Penilaian (*Valuation Ratio*)

Rasio ini menjadi tolak ukur yang menghubungkan harga saham biasa dengan pendapatan perusahaan dan nilai buku saham. Dengan kata lain, rasio ini mencerminkan performance perusahaan secara keseluruhan antara rasio pasar dengan rasio rentabilitas atau profitabilitas (mengaitkan kondisi internal perusahaan dengan kondisi pasar).

Adapun beberapa rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*)

Pertumbuhan perusahaan adalah dampak atas arus dana perusahaan dari perubahan operasional yang disebabkan oleh pertumbuhan atau peningkatan volume usaha (Sumitra : 2011 dalam Hastuti,2013). Salah satu alat untuk mengukur pertumbuhan perusahaan adalah dengan mengukur pertumbuhan penjualan. Pengertian penjualan menurut Simamora (2000) dalam Leki dan Jogi (2013) adalah pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa.

Adapun factor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Kotler (2000, p.55) dalam Leki dan Jogi (2013) antara lain harga, jenis dan kualitas produk serta kegiatan promosi. Ketika factor-faktor tersebut meningkat dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen maka penjualan dapat meningkat. Oleh karena itu, perusahaan perlu

melakukan inovasi produk agar dapat menciptakan peluang pasar baru bagi perusahaan.

Menurut Hockerts et al dalam Leki dan Jogi (2013) salah satu factor pendorong dilakukannya inovasi produk adalah kegiatan CSR. Inovasi perusahaan dapat tercermin dari pengembangan produk yang memperhatikan kesehatan konsumen dan ramah lingkungan. Dengan demikian, inovasi produk yang berfokus pada kebutuhan pelanggan dan lingkungan ini dapat menjadi keunggulan kompetitif dibandingkan kompetitor lain. Hal tersebut akan berdampak pada reputasi perusahaan yang akan menjadi keunggulan daya saing yang berkelanjutan suatu perusahaan yang mampu meningkatkan penjualan dalam jangka panjang (Khaveh, et all, 2012) dalam Leki dan Jogi (2013)) sehingga akan berpengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan.

Untuk menghitung pertumbuhan penjualan dapat digunakan rumus seperti berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan}_t = \frac{\text{Penjualan}_{t+1} - \text{Penjualan}_t}{\text{Penjualan}_t}$$

b. Return On Assets (ROA)

Return on Assets(ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas. Dalam analisis laporan keuangan, rasio ini paling sering disoroti, karena mampu menunjukkan efektifitas perusahaan dalam mengelola asset yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Semakin besar ROA yang dimiliki perusahaan maka semakin efektif perusahaan dalam mengelola asset. Dengan kata lain, perusahaan

mampu melakukan manajerial yang baik dalam mengelola pendanaan dan keuangan perusahaan dengan asset yang dimilikinya.

Adapun persamaan ROA sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{---}}{\text{---}}$$

c. ROE (*Return On Equity*)

ROE (*Return On Equity*) merupakan rasio antara laba bersih setelah pajak terhadap total *equity* yang menunjukkan kemampuan dan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal saham tertentu sebagai tingkat pengembalian yang dapat diberikan kepada investor. Menurut Sartono (2001) ROE menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Semakin besar ROE yang dimiliki oleh sebuah perusahaan maka semakin efisien penggunaan modal saham sehingga akan memperbesar laba dan tingkat pengembalian perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan pengertian menurut Harahap (2005) dalam Indrawan (2011) ROE merupakan rasio antara laba bersih dengan ekuitas pada saham biasa atau tingkat pengembalian investasi pemegang saham. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham.

Maya (2008) dalam Indrawan, 2011 menjelaskan bahwa ROE merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. ROE dapat memberikan gambaran mengenai tiga hal pokok, yaitu :

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

Adapun persamaan ROE sebagai berikut :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Equity}}$$

7. Nilai Perusahaan

Didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas. Ada beberapa hal yang mengemukakan tentang tujuan pendirian sebuah perusahaan. Tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya (Martono dan Agus Harjito, 2005:2)dalam Agustina, 2013.

Nurlela dan Islahuddin (2008) dalam Simanjuntak menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan

secara keseluruhan karena menggambarkan kondisi pasar dan kondisi keuangan perusahaan. Oleh karena itu, nilai perusahaan merupakan cerminan dari rasio pasar dan rasio rentabilitas atau profitabilitas yang mengaitkan antara keadaan pasar dengan kondisi perusahaan.

Nilai perusahaan dapat dicapai melalui peningkatan kinerja keuangan perusahaan yang mana menunjukkan adanya pertumbuhan perusahaan yang baik. Salah satu pertumbuhan perusahaan yang baik terlihat dengan adanya penilaian yang tinggi dari eksternal perusahaan terhadap pertumbuhan aset ataupun pertumbuhan pasar saham. Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang harus dicapai perusahaan tercermin dari harga pasar sahamnya. Investor cenderung berani membeli saham dengan harga yang tinggi terhadap perusahaan yang mempunyai nilai perusahaan yang tinggi dengan harapan akan memperoleh tingkat pengembalian yang tinggi juga (teori portofolio dan investasi).

Menurut Christiawan dan Tarigan (2007) dalam Rahayu (2010), terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan antara lain:

- a. Nilai nominal yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
- b. Nilai pasar, sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.

- c. Nilai intrinsik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekadar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
- d. Nilai buku, adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.
- e. Nilai likuidasi itu adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisa dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan likuidasi.

Salah satu rasio yang dapat mengukur nilai perusahaan adalah *Price to book value* (PBV) dimana menunjukkan nilai sebuah perusahaan yang didapat dengan membandingkan nilai pasar perusahaan (*market value*) dengan nilai bukunya. Nilai pasar mencerminkan persepsi pasar yang berasal dari investor, kreditor, maupun stakeholder lain terhadap kondisi perusahaan. Menurut Hermawati (2010) dalam Simanjuntak, *Price to Book Value* adalah angka rasio yang menjelaskan seberapa kali seorang investor bersedia membayar sebuah saham untuk setiap nilai buku per sahamnya. PBV memberikan penilaian akhir dan mungkin paling menyeluruh atas status pasar saham perusahaan yang diperoleh dari perbandingan harga saham penutupan terhadap nilai buku saham (*book value*). *Book Value* dihitung dengan membagi nilai bersih (*net worth*) perusahaan dengan jumlah saham yang

beredar. Nilai bersih adalah selisih antara total aktiva dan total kewajiban (*liabilities*) suatu perusahaan.

Adapun persamaannya nilai perusahaan yang diukur dengan PBV sebagai berikut:

$$\text{Price to Book Value} = \frac{\text{Market Value}}{\text{Book Value}}$$

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merupakan penelitian serupa dengan penelitian-penelitian sebelumnya, tetapi terdapat beberapa perbedaan diantaranya terdapat pada variable penelitian yang digunakan dan populasi penelitian. Untuk lebih memperjelas, berikut ini ditampilkan table penelitian terdahulu, sebagai berikut:

No	Peneliti Tahun	Judul / Variabel	Hasil Penelitian
1.	Lindrawati, Nita Felicia, J.Th Budianto, Majalah Ekonomi Tahun XVIII, No. 1 April 2008	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> Terhadap kinerja perusahaan yang terdaftar sebagai 100 <i>Best Corporate Citizen</i> oleh KLD Research & Analytics	Dari hasil penelitian memperoleh bukti empiris pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE & ROI) yang termasuk dalam 100 <i>Best Corporate Citizens</i> tahun 2000-2006 menggunakan analisis regresi sederhana dengan hasil tidak menunjukkan pengaruh signifikan CSR terhadap ROE, namun CSR hanya berpengaruh signifikan terhadap ROI.
2.	A.A. Alit Candrayanthi dan ID.G Dharma	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan	Dari hasil penelitian dengan sampel sebanyak 34 perusahaan Pertambangan periode 2010-2011 yang dilakukan dengan menggunakan

	Saputra, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 2013	Pertambahan di Bursa Efek Indonesia)	teknik analisis regresi sederhana ditemukan bahwa variable CSR berpengaruh positif terhadap ROA, ROE, dan berpengaruh negative terhadap NPM (<i>Net Profit Margin</i>).
3.	Marissa, Dianne, Rizky, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol. 2 No. 1 (2013)	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> (CSR)Terhadap kinerja keuangan pada Sektor Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2011	Hasil penelitian dengan jumlah sampel 158 perusahaan dengan metode analisis regresi berganda ditemukan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA dan ROE serta <i>Earning per Share</i> (EPS)
4.	Kartika Hendra Titisari, Eko Suwardi dan Doddy Setiawan, Simposium Nasional Akuntansi XIII, Purwokerto 2010	<i>Corporate Social responsibility</i> (CSR) dan Kinerja Perusahaan	Hasil penelitian yang menguji pengaruh CSR terhadap Kinerja Pasar perusahaan yang diukur dengan stock return (diproksi dengan CAR) terhadap 32 perusahaan rawan lingkungan dan mengikuti program peringkat kinerja lingkungan hidup (PROPER) ditemukan bahwa hanya CSR <i>employment</i> yang berpengaruh terhadap <i>stock return</i> .
5.	Lely Dahlia dan Silvia Veronica Siregar (2008)	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> (CSR)Terhadap kinerja Perusahaan pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2006	Hasil penelitian dengan metode analisis linier regresi berganda menemukan bahwa CSR berpengaruh terhadap kinerja (ROE dan CAR) dengan menggunakan <i>leverage</i> , <i>growth</i> , <i>beta</i> sebagai proksi dari resiko sekuritas. <i>Size</i> , <i>unexpected earnings</i> <i>sebagai</i> variable kontrol.
6.	Rambu Leki dan Y. Jogi Christiawan, <i>Business Accounting Review, Vol.1, No.2, 2013</i>	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> (CSR)Terhadap Penjualan dan biaya Operasional Perusahaan di BEI Tahun 2007- 2011	Hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap penjualan dan biaya operasional, namun dengan menggunakan variabel control firm size dan produktivitas CSR berpengaruh signifikan terhadap penjualan dan biaya

			operasional.
7.	Indra Permana Simanjuntak	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> Terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2011	Dari hasil penelitian dengan jumlah sampel sebanyak 29 perusahaan menggunakan metode analisis regresi linier berganda, ditemukan bahwa CSR yang diukur dengan menggunakan <i>Sustainability Report Disclosure Index</i> (SRDI) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang dibagi dengan kinerja jangka pendek yaitu <i>asset turnover</i> (ATO) dan kinerja jangka panjang yaitu nilai perusahaan (PBV).
8.	Danu Candra Indrawan, 2011	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> Terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Dari hasil pengujian perusahaan yang listing tahun 2007 berjumlah 31 perusahaan, menggunakan metode analisis berganda, pada hipotesis pertama ditemukan bahwa <i>variable corporate social responsibility</i> dan <i>variable control leverage</i> , berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE) dan <i>variable control size</i> berpengaruh negative signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, akan tetapi <i>variable kesempatan pertumbuhan (growth)</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.
9.	Ambar Retno Wardhani, 2007	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> Terhadap kinerja Keuangan perusahaan	Dari hasil pengujian didapatkan bahwa terdapat pengaruh CSR terhadap ROE dan ROA satu tahun mendatang dan sebaliknya terdapat juga pengaruh ROE dan ROA terhadap CSR.

Adapun rincian dari hasil penelitian terdahulu antara lain:

1. Berdasarkan jurnal Kartika Hendra Titisari, Eko Suwardi yang meneliti tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Kinerja Perusahaan dengan menggunakan empat hipotesis diantaranya menguji hubungan CSR dengan *stock return* tanpa variable control dan dengan variable control, lalu menguji hubungan antara CSR parameter (*CSRemployment*, *CSRcommunity*, *CSRenvironment*) dengan *stock return* tanpa variable control dan dengan variable control. Hasilnya menunjukkan CSR tanpa variable control dan dengan variable control menunjukkan hubungan yang negative dengan *stock return*, sedangkan CSR parameter (*CSRemployment* dan *CSRcommunity*) tanpa atau dengan menggunakan variable control menunjukkan adanya hubungan positif dengan *stock return*, dan *CSRemployment* menunjukkan hubungan yang negative dengan *stock return*.
2. Doddy Setiawan dan A.A. Alit Candrayanthi dan ID.G Dharma Saputra yang meneliti tentang Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Kinerja Perusahaan (ROA, ROE dan NPM) pada perusahaan pertambangan melakukan pengujian menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dengan tiga kali pengujian masing-masing rasio, ditemukan bahwa terdapat pengaruh positif antara CSR dengan ROA dan ROE dengan pengujian secara parsial sedangkan terhadap NPM ditemukan hubungan negative. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ambar Retno Wardani

menemukan juga pengaruh antara pengungkapan CSR terhadap ROA dan ROE perusahaan satu tahun mendatang dan begitu juga sebaliknya.

3. Sejalan penelitian Danu Candra Indrawan, 2011 dengan Lely Dahlia dan Silvia Veronica Siregar, 2008 meneliti tentang Pengaruh *corporate social responsibility* Terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan variable penelitian untuk kinerja keuangan diukur dengan menggunakan ROE dan kinerja pasar yang diprosikan dengan CAR (*cumulative abnormal return*) dengan analisis data menggunakan metode analisis berganda dan beberapa variable control, menemukan bahwa terdapat dua hipotesis yang diuji dengan hasil antara lain pada hipotesis pertama ditemukan bahwa variable CSR dan variable control *leverage*, berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE) sedangkan variable CSR dan variable control *size* berpengaruh negative signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, akan tetapi variable kesempatan pertumbuhan (*growth*) berpengaruh negative signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan hipotesis kedua menguji antara variable CSR dengan CAR dengan variable control lainnya (*leverage, size, growth*) berpengaruh negative dan tidak signifikan sedangkan dengan menggunakan variable control risiko sekuritas (beta) ditemukan tidak adanya pengaruh positif tidak signifikan terhadap CAR.

4. Adapun penelitian yang dilakukan Lindrawati, Nita Felicia, J.Th Budianto, Majalah Ekonomi Tahun XVIII, No. 1 April 2008 meneliti pengaruh CSR terhadap Kinerja Keuangan perusahaan yaitu ROE dan ROI dengan menggunakan metode analisis regresi sederhana dengan hasil yang menunjukkan CSR hanya berpengaruh signifikan terhadap ROI.
5. Indra Permana Simanjuntak juga meneliti tentang Pengaruh *corporate social responsibility* Terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2011 . Adapun kinerja keuangan yang diteliti dibagi kedalam dua bagian yaitu kinerja jangka pendek yaitu *asset turnover* (ATO) dan kinerja jangka panjang yaitu nilai perusahaan (PBV) dengan menggunakan variable control size dan tipe industri. Penelitian dengan jumlah sampel sebanyak 29 perusahaan menggunakan metode analisis regresi linier berganda ini ditemukan bahwa CSR yang diukur dengan menggunakan *Sustainability Report Disclosure Index* (SRDI) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan jangka pendek dan panjang (*asset turnover/* ATO dan Price to Book Value/ PBV).
6. Selain berpengaruh positif hubungan CSR dengan Kinerja keuangan, Marissa, Dianne, Rizky, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol. 2 No. 1 (2013) menemukan hubungan yang negative tidak signifikan antara *corporate social responsibility* (CSR) Terhadap kinerja keuangan (ROA, ROE, dan EPS (Earning per Share)) pada Sektor Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia Periode 2010-2011 Hasil penelitian tersebut dilakukan dengan jumlah sampel 158 perusahaan dengan metode analisis regresi.

C. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan (Pertumbuhan Penjualan/ Growth)

Beberapa teori mengungkapkan bahwa CSR dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan perusahaan salah satunya menurut Philip Kotler, dkk (2005) dalam Indrawan (2011) yang mengemukakan bahwa aktivitas CSR dapat meningkatkan penjualan dan market share, meningkatkan citra perusahaan, menurunkan biaya operasi dan daya tarik perusahaan dimata investor. Menurut Hockerts et al dalam Leki dan Jogi (2013) salah satu factor yang mempengaruhi penjualan adalah promosi. Salah satu promosi yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan inovasi produk yaitu kegiatan CSR.

Inovasi perusahaan dapat tercermin dari pengembangan produk yang memperhatikan kesehatan konsumen dan ramah lingkungan. Dengan demikian, inovasi produk yang berfokus pada kebutuhan pelanggan dan lingkungan ini dapat menjadi keunggulan kompetitif dibandingkan kompetitor lain. Hal tersebut akan berdampak pada reputasi perusahaan yang mampu memberikan citra positif untuk dapat menciptakan loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan sehingga

menstimulasi terjadinya pembelian ulang yang akan mendorong pertumbuhan penjualan yang baik.

Hal tersebut sejalan dengan teori *stakeholders* yang mengatakan bahwa perusahaan harus memberikan manfaat bagi *stakeholders*nya sehingga tercapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan keuntungan perusahaan dengan menciptakan kepuasan *stakeholders*. Oleh karena itu, dengan adanya pengungkapan CSR diharapkan akan memicu pertumbuhan penjualan perusahaan yang akan meningkatkan kinerja keuangan secara keseluruhan. Sejalan dengan hasil survey yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negative.

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan (*Return On Assets/ ROA*)

Menurut Wibisono (2007: 84-87) dalam Bio Hafsari Larasati (2008) pengungkapan CSR dapat mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan, mereduksi resiko bisnis perusahaan, membentangkan akses menuju market, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. Selain itu, menurut Sawir (2004:56) dalam Resturiyani, 2012 terdapat lima keuntungan dalam mempraktikan CSR diantaranya profitabilitas akan semakin kokoh, meningkatnya komitmen, etos

kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan, menurunnya gejolak social dan resistensi komunitas sekitarnya.

Dengan pengungkapan CSR meskipun perusahaan mengeluarkan biaya untuk melakukan kegiatan CSR disamping itu perusahaan juga sekaligus mengamankan asset yang dimilikinya dari resiko bisnis yang terjadi misalnya tuntutan hukum atas kerusakan lingkungan serta tuntutan demo karyawan dari hal-hal yang merugikan mereka yang dapat memberhentikan sementara aktivitas operasional perusahaan yang tentunya yang akan lebih merugikan perusahaan. Dengan menghindari resiko-resiko perusahaan yang ada, perusahaan mampu melakukan manajerial yang baik dalam pendanaannya sehingga perusahaan akan lebih efektif menghasilkan laba dari asset yang digunakan sehingga dapat meningkatkan ROA perusahaan yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Lindrawati, Nita Felicia, J.Th Budianto, Majalah Ekonomi Tahun XVIII, No. 1 April 2008, A.A. Alit CAndrayanthi dan ID.G Dharma Saputra dan Chusnul Khitan yang sama-sama menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara pengungkapan CSR terhadap ROA.

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan (*Return On Equity/ ROE*)

Selain ROA, profitabilitas perusahaan juga tercermin dalam ROE (*Return On Equity*) yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal

saham tertentu. Menurut Jackie Ambadar (2008:10) dalam Shintawati, 2009 CSR juga memberikan beberapa manfaat yaitu keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan, perusahaan mendapatkan citra (image) yang positif dari masyarakat luas, perusahaan juga lebih mudah memperoleh akses terhadap modal, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia, dan terakhir perusahaan dapat mengambil keputusan pada hal-hal yang kritis dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko.

Perusahaan yang mengungkapkan CSR akan mendapatkan perhatian dari masyarakat dan investor. Karena perusahaan yang mengungkapkan CSR dianggap perusahaan yang peduli terhadap kegiatan social dan bertanggungjawab. Perhatian dari masyarakat dan investor akan menciptakan reputasi yang baik untuk perusahaan, terutama kreditur dan investor. Karena mereka percaya bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan CSR mempunyai prospek keuangan yang bagus. Dengan mendapatkan kepercayaan dari kreditur dan investor, perusahaan diharapkan akan mendapatkan peluang untuk memperoleh tambahan dana atau modal lebih untuk meningkatkan kegiatan operasi perusahaan sehingga dapat meningkatkan keuntungan atau laba perusahaan dan memberikan tingkat pengembalian yang lebih kepada investor yang pada akhirnya dapat mempengaruhi ROE perusahaan.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian Danu Candra Indrawan, 2011, A.A. Alit CAndrayanthi dan ID.G Dharma Saputra, Lely Dahlia dan Silvia Veronica Siregar, 2008 yang menemukan hubungan positif antara pengungkapan CSR dengan ROE.

4. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Menurut Goukasian dan Whitney (2007) dalam Lindrawati (2008) serta Philip Kotler, dkk, (2005) dalam Indrawan (2011) pengungkapan CSR dapat meningkatkan penjualan, citra dan market share perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan cerminan dari rasio pasar dan rasio rentabilitas dengan kata lain gambaran kondisi perusahaan yang mengaitkan antara internal perusahaan dengan kondisi pasar. Kondisi pasar erat kaitannya dengan harga saham. Dengan pengungkapan CSR diharapkan perusahaan mendapatkan citra positif dari masyarakat sehingga mampu meningkatkan rentabilitas atau profitabilitas perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham yang tinggi. Investor cenderung menanamkan sahamnya terhadap perusahaan yang memiliki harga saham tinggi karna mengharapkan tingkat pengembalian investasi yang tinggi juga. Sehingga dengan melakukan pengungkapan CSR perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kinerja keuangan yang tercermin dalam harga saham yang tinggi sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan dengan Indra Perdana Simanjuntak dengan meneliti pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan PBV menemukan bahwa terdapat hubungan signifikan antara CSR dengan PBV.

D. Kerangka Konseptual

Dalam menjalankan kegiatan operasinya, perusahaan banyak berhadapan dengan banyak *stackholders* seperti karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen serta masyarakat sehingga perusahaan harus memberikan citra positif untuk dapat menciptakan loyalitas konsumen terhadap produknya yang diharapkan akan mendorong pertumbuhan penjualan perusahaan yang baik. Dengan pengungkapan CSR diharapkan perusahaan mendapatkan citra positif dengan melakukan inovasi produk yang ramah lingkungan sehingga dapat menarik konsumen yang diharapkan akan menciptakan loyalitas konsumen dan meningkatkan pertumbuhan penjualan terus-menerus sehingga berdampak pada kinerja keuangan yang tinggi.

Dengan pengungkapan CSR meskipun perusahaan mengeluarkan biaya untuk melakukan kegiatan CSR disamping itu perusahaan juga sekaligus mengamankan asset yang dimilikinya dari resiko bisnis yang terjadi misalnya tuntutan hukum atas kerusakan lingkungan serta tuntutan demo karyawan dari hal-hal yang merugikan mereka yang dapat memberhentikan sementara aktivitas operasional perusahaan yang tentunya yang akan lebih merugikan perusahaan. Dengan menghindari resiko-resiko perusahaan yang ada, perusahaan mampu melakukan manajemen yang baik dalam pendanaannya sehingga perusahaan akan lebih efektif menghasilkan laba dari asset yang digunakan sehingga dapat meningkatkan ROA perusahaan yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Perusahaan yang mengungkapkan CSR juga akan mendapatkan perhatian dari masyarakat dan investor. Karena perusahaan yang mengungkapkan CSR dianggap perusahaan yang peduli terhadap kegiatan social dan bertanggungjawab. Perhatian dari masyarakat dan investor akan menciptakan reputasi yang baik untuk perusahaan, terutama kreditur dan investor. Karena mereka percaya bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan CSR mempunyai prospek keuangan yang bagus. Dengan mendapatkan kepercayaan dari kreditur dan investor, perusahaan diharapkan akan mendapatkan peluang untuk memperoleh tambahan dana atau modal lebih untuk meningkatkan keuntungan atau laba perusahaan dan memberikan tingkat pengembalian yang lebih kepada investor yang pada akhirnya dapat mempengaruhi ROE perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan.

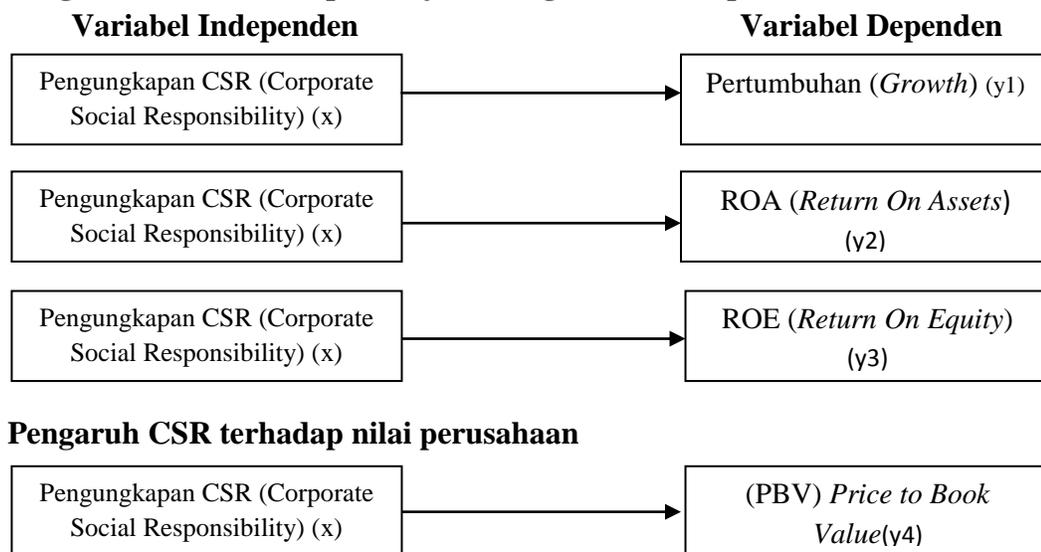
Selain meningkatkan kinerja keuangan, pengungkapan CSR juga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Seiring dengan meningkatnya kinerja keuangan, nilai perusahaan akan tumbuh lebih baik. Nilai perusahaan dapat diukur dengan rasio *Price to Book Value* (PBV).. Dengan pengungkapan CSR diharapkan perusahaan mendapatkan citra positif dari masyarakat sehingga mampu meningkatkan rentabilitas atau profitabilitas perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham yang tinggi. Investor cenderung menanamkan sahamnya terhadap perusahaan yang memiliki harga saham tinggi karna mengharapkan tingkat pengembalian investasi yang tinggi juga. Sehingga dengan melakukan pengungkapan CSR perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kinerja

keuangan yang tercermin dalam harga saham yang tinggi sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Adapun hubungan antara variable-variabel tersebut tercermin sebagai berikut:

Gambar 1.
KerangkaKonseptual

Pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan



E. Hipotesis

Hipotesis adalah penjelasan sementara yang harus diuji kebenarannya mengenai masalah yang dipelajari, dimanasuatu hipotesis selalu dirumuskan dalam bentuk pernyataan yang menghubungkan dua variabel atau lebih.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini berdasarkan perumusahn masalah dan kerangka konseptual diatas sebagai berikut:

- H1 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (*Pertumbuhan/Growth*).
- H2 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (*Return On Assets/ROA*)
- H3 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (*Return On Equity/ROE*).
- H4 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan perusahaan (*Price Book Value/PBV*).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan (*growth*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *return on assets* (ROA) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *return on equity* (ROE) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *price to book value* (PBV), pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasa-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya agar mampu mendapatkan hasil yang lebih baik, antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur saja sehingga tidak merefleksikan hasil pada perusahaan bidang lain.
2. Laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan manufaktur banyak yang tidak lengkap dipublikasikan dalam situs Bursa Efek Indonesia sehingga periode yang digunakan hanya selama tiga periode yaitu tahun 2010-2012.
3. Penilaian indeks CSDI dari laporan tahunan perusahaan belum tersusun dalam beberapa kategori yang sama berdasarkan criteria indicator GRI, hal ini mungkin dikarenakan tidak adanya suatu ketentuan baku yang dijadikan standard dan acuan oleh perusahaan dalam menyusun praktik pengungkapan CSR sehingga penentuan jumlah indeks CSDI dapat berbeda antar setiap peneliti.
4. Peneliti belum mengelompokkan pelaksanaan CSR yang tertuang dalam item-item yang telah dilakukan perusahaan dalam beberapa kategori yang sama sesuai kriteria indikator GRI.

C. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengingat keterbatasan penelitian yang dilakukan penulis pada penelitian ini, kepada peneliti yang lain disarankan untuk memperluas sampel penelitian dimana sampel tidak terbatas hanya pada perusahaan manufaktur saja. Sehingga peneliti dapat mengetahui bahwa pengungkapan CSR apakah berdampak terhadap kinerja keuangan semua jenis perusahaan atau hanya beberapa jenis perusahaan tertentu.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperpanjang periode penelitian mengingat pengungkapan CSR membantu perusahaan memperoleh kelangsungan kinerja ekonomi dan keuangan yang kuat bagi jangka panjang. Dengan menggunakan periode yang lebih panjang dimungkinkan adanya hasil yang berbeda dengan hasil penelitian pada variabel yang tidak signifikan dalam penelitian ini.
3. Pemerintah hendaknya menetapkan regulasi yang secara tegas dan jelas mengenai praktik dan pengungkapan *CSR*, serta pengawasan *CSR* pada perusahaan di Indonesia sehingga praktik dan pengungkapan *CSR* di Indonesia semakin terarah dan lebih baik dan menghindari subjektivitas pembaca dalam menilai aktivitas *CSR* perusahaan.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat mengelompokkan item pelaksanaan *CSR* yang telah dilakukan perusahaan untuk menentukan item yang mana yang memiliki pengaruh paling besar terhadap peningkatan kinerja keuangan dan nilai perusahaan sehingga dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan praktik *CSR* yang lebih efektif dan efisien pada tahun berikutnya.