PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Oleh :

Indra Perdana Simanjuntak

Dosen Pembimbing :

Bambang Hariadi, SE., M.Ec., Ak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan memberi bukti empiris tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan (produktivitas dan nilai perusahaan). Dalam penelitian ini kinerja perusahaan terbagi dalam kinerja jangka pendek dan kinerja jangka panjang. Kinerja jangka pendek yaitu produktivitas perusahaan diukur dengan *Asset Turnover* (ATO), sedangkan kinerja jangka panjang perusahaan yaitu nilai perusahaan diukur dengan *Price to Book Value* (PBV). Kinerja *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur dengan menggunakan *Sustainability Report Disclosure Index* (SRDI). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) selama kurun waktu 2009-2011. Total sampel penelitian adalah 29 perusahaan yang ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan pengujian asumsi klasik dan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap produktivitas (ATO) dan nilai perusahaan (PBV).

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility* (CSR), Produktivitas dan Nilai Perusahaan.

1. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility sebagai sebuah gagasan yang berpijak pada *triple bottom lines.* Disini *trpile bottom lines* adalah ekonomi, sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (Narver, 1971: McWilliams dan Siegel, 2000). Keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) hanya terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. *Corporate Social Responsibilty* (CSR) merupakan salah satu bentuk-bentuk *sustainability reporting* yang memberikan keterangan tentang berbagai aspek-aspek perusahaan mulai dari aspek sosial, lingkungan dan keuangan sekaligus yang tidak dapat dijelaskan secara tersirat oleh suatu laporan keuangan perusahaan saja.

Keberadaan perusahaan di dalam masyarakat dinilai memberikan dampak positif dan negatif bagi lingkungan dan masyarakat. Di satu sisi perusahaan dinilai memberikan kontribusi yang positif berupa penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat, namun di sisi lain tidak jarang masyarakat merasakan dampak yang negatif yang diakibatkan dari kegiatan bisnis perusahaan. Banyak perusahaan yang dinilai telah memberikan kontribusi yang baik untuk perkembangan ekonomi tetapi juga menerima kritik karena aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan menimbulkan dampak buruk bagi kondisi sosial dan lingkungan masyarakat.

Keberadaan perusahaan mempunyai beberapa tujuan. Tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan yang maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham (*stockholders*). Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya (Harjito dan Agus, 2005). Penekanannya adalah pada rencana jangka pendek atau jangka panjang. Rencana jangka pendek dapat berupa mencapai keuntungan maksimal, sedangkan rencana panjang dapat berupa peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas dan beberapa peneliti terdahulu, penyusun akan melakukan penelitian yang lebih spesifik mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibilitiy*) judul **"**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia**".**

2. TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Stakeholders merupakan orang atau kelompok orang yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun

operasi perusahaan. Menurut Jones dalam Solihin (2009) menjelaskan bahwa *stakeholders* dibagi dalam dua kategori yaitu:

a. *Inside stakeholders,* 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.
b. *Outside stakeholders,* terdiri dari 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 *Stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan dirinya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chairiri, 2007).

Teori *Stakeholder* lebih mempertimbangkan posisi para stakeholder yang dianggap lebih powerfull. Kelompok stakeholder inilah yang menjadi pertimbangan utama perusahaan dalam mengungkapkan dan/tidak mengungkapkan suatu informasi dalam laporan keuangan. Dalam pandangan teori *stakeholder,* perusahaan memiliki *stakeholders,* bukan *shareholder* (Belkaouni,

2007). Kelompok-kelompok stakeholder tersebut menurut mereka meliputi pemegang saham, karyawan, pelanggan, kreditor, pemasok dan masyarakat.

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori yang melandasi *Corporate Social Responsibility* adalah Teori Legitimasi. Teori legitimasi dan teori stakeholder merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka ekonomi politik. Karena pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau meligitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat (Gray *et al*., 1995). Tidak seperti teori stakeholder yang menyatakan bahwa perusahaan dan manajemennya bertindak dan membuat laporan sesuai dengan keinginan dan power dari kelompok *stakeholder* yang berbeda (Ullman, 1985) teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat.

2.2 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah mekanisme bagi suatu perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab sosial di bidang hukum (Darwin, 2004). Tujuan utama korporasi adalah memperoleh profit semata semakin ditinggalkan. Sebaliknya konsep *triple bottom line* (*profit, planet and people*) yang digagas oleh John Elkington makin masuk ke dalam *mainstream* etika bisnis (Suharto, 2008).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *corporate social responsibility* adalah sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Beasley, 1996)

2.3 Kinerja Keuangan Perusahaan (*Financial Performance*)

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. (Fahmi, 2011: 2). Menurut Jumingan (2006: 239), kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan

dana maupun penyaluran dana, yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas. Sedangkan menurut Sutrisno (2009: 53), bahwa kinerja keuangan perusahaan merupakan prestasi yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan perusahaan merupakan hasil atau prestasi yang dicapai oleh perusahaan dalam periode tertentu yang mencerminkan kondisi perusahaan tersebut.

Pengukuran kinerja merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan, karena tujuan dari pengukuran adalah untuk menilai apakah tujuan yang ditetapkan perusahaan telah tercapai sehingga kepentingan para *stakeholder* dapat dipenuhi. Pengukuran kinerja keuangan perusahaan dengan elemen keuangan akan dijelaskan sebagai berikut:

2.3.1 Produktivitas (*Asset Turnover*)

Produktivitas mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan pendapatan. Produktivitas menggambarkan hubungan tingkat operasi perusahaan dengan aset yang dibutuhkan untuk menunjang kegiatan operasi perusahaan. Produktivitas dapat diukur dengan rasio aktivitas. Rasio aktivitas dapat diukur dengan *total asset turnover*.

Asset turnover merupakan rasio dari total pendapatan terhadap total asset (Firrer dan William, 2003). Rasio ini mengukur efisiensi penggunaan total aset dalam menghasilkan pendapatan. ATO digunakan untuk menilai kinerja keuangan

perusahaan karena memiliki kemampuan untuk menghubungkan pendapatan yang diperoleh dari penjualan dengan jumlah aktiva yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan tersebut. Nilai ATO diatas 1 kali menandakan perusahaan telah mampu menghasilkan pendapatan yang lebih besar daripada penggunaan aktiva yang dimiliki. Hal tersebut juga menandakan bahwa perusahaan telah mampu menggunakan aktiva yang ada secara efisien sehingga penambahan investasi pada aktiva akan lebih meningkatkan pendapatan perusahaan di masa mendatang.

Semakin tinggi rasio ATO menunjukkan kinerja manajemen perusahaan yang baik, dimana terlihat dari keefektifan dalam penggunaan aktiva yang dimiliki. Sebaliknya rasio yang rendah membuat manajer harus mengevaluasi, strategi, pemasaran dan pengeluaran modal perusahaan (Hanafi dan Halim, 2007). Semakin besar pemanfaatan penggunaan total aset baik *tangible asset* maupun *intangible asset* seperti pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka akan meningkatkan pendapatan perusahaan.

2.3.2 Nilai Perusahaan (*Price to Book Value*)

Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Suatu perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa

perusahaan yang sudah *go public*. Investor akan berani untuk membeli saham dengan harga yang tinggi terhadap perusahaan yang mempunyai nilai tinggi.

Nurlela dan Islahuddin (2008) 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. Sedangkan Wahyudi (2006) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut di jual.

Price to book value 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. Sedangkan nilai buku adalah nilai yang tercantum dalam neraca laporan keuangan. Menurut Hermawati (2010) *Price to Book Value* adalah angka rasio yang menjelaskan seberapa kali seorang investor bersedia membayar sebuah saham untuk setiap nilai buku per sahamnya. PBV diperoleh dengan cara perbandingan nilai pasar yang diukur dengan harga saham penutupan, terhadap nilai buku (*book value)* memberikan penilaian akhir dan mungkin paling menyeluruh atas status pasar saham perusahaan. *Book Value* dihitung dengan membagi nilai bersih (*net worth)* perusahaan dengan jumlah saham saham yang beredar. Nilai bersih adalah selisih antara total aktiva dan total kewajiban (*liabilities)* suatu perusahaan (Handoko, 2010). Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai perusahaan yang terus tumbuh (Brigham, 1999 dalam Wahyudi dan Pawestri, 2006). Rasio ini juga merupakan

rasio penilaian yang penting. Salah satu artinya adalah menunjukkan bahwa pasar keuangan juga berkaitan erat dengan manajemen perusahaan dan organisasi dari perusahaan yang berjalan (*going concern*).

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Hubungan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dengan Kinerja Jangka Pendek Perusahaan (*asset turnover*)

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial dan kinerja jangka pendek perusahaan (*asset turnover)* diwakili oleh rasio *asset turnover.* ATO adalah suatu rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan di dalam menghasilkan penjualan dengan menggunakan aktiva yang dimiliki. Dengan adanya pengukuran ATO akan diketahui keefektivan suatu perusahaan dalam menggunakan aktivanya. Beberapa penulis seperti Davis (1973) menyarankan bahwa dengan mempraktekkan tanggung jawab secara sukarela membuat perusahaan akan mendapatkan keunggulan dari pesaing-pesaingnya dalam sisi kompetitif dalam jangka pendek seperti peningkatan dalam produktivitas seperti mengembangkan kemampuannya untuk menarik sumber daya manusia dalam jumlah besar, keuntungan penjualan karena pembeli mungkin sangat sensitif terhadap isu-isu sosial dan mengurangi biaya yang diharapkan dapat mempengaruhi hubungan dengan kreditur dan supplier yang potensial. Semakin baik perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka akan terbangun image perusahaan yang baik di mata konsumen. Konsumen akan mempunyai pandangan yang bagus karena perusahaan telah memperhatikan

kepentingan umum, dengan demikian konsumen tidak keberatan menggunakan produk tersebut. Semakin banyak konsumen menggunakan produk, maka akan meningkatkan penjualan produk, maka akan meningkatkan penjualan perusahaan. Selain itu dengan adanya program-progaram CSR yang dibuat untuk kesejahteraan karyawan akan meningkatkan loyalitas terhadap perusahaan. Hal ini akan meningkatkan kinerja dan produktivitas karyawan yang tentu saja akan meningkatkan produktivitas perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H 1 : Pengungkapan tanggung jawab sosial (ekonomi, sosial dan lingkungan) berpengaruh positif terhadap kinerja jangka pendek perusahaan (produktivitas).

2.4.2 Hubungan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dengan Kinerja Jangka Panjang Perusahaan (*price to book value*)

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial dan kinerja jangka panjang perusahaan (nilai perusahaan) diwakili oleh rasio *price to book value.* PBV adalah angka rasio yang menjelaskan seberapa kali seorang investor bersedia membayar sebuah saham untuk setiap nilai buku per sahamnya.

CSR merupakan wujud aktivitas perusahaan dalam mencapai tujuannya jangka pendek dan jangka panjang, perusahaan harus mendasarkan keputusannya tidak semata hanya berdasarkan faktor keuangan, tetapi juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan. Berdasarkan hal tersebut maka, tanggung jawab sosial perusahaan berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan. Dan pembangunan berkelanjutan tersebut memiliki dampak jangka panjang pada

perusahaan. Dengan perusahaan meningkatkan kinerja tanggung jawab sosial melalui pengungkapan CSR atau Sustainability Report, akan memberikan pengaruh positif terhadap *profit* perusahaan yang dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan secara berkelanjutan. Dengan meningkatnya kinerja keuangan perusahaan, investor akan tertarik untuk menanamkan saham karena investor menilai bahwa perusahaan mempunyai prospek ke depan yang baik.

Penelitian yang dilakukan Rodgers *et al.* (2007) menunjukkan bahwa persepsi kinerja sosial juga menunjukkan dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan oleh pasar. Sementara itu penelitian Mackey *et al*. (2005) menunjukkan bahwa dalam lingkungan dengan tuntutan tanggung jawab sosial yang tinggi, manajemen akan menciptakan nilai perusahaan yang tinggi dengan berinvestasi dengan kegiatan CSR. Hal ini berarti dengan meningkatkan kinerja tanggung jawab sosial, nilai perusahaan akan semakin tinggi.

Jadi semakin baik perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka investor akan mengetahui bahwa perusahaan tersebut peduli terhadap lingkungan, dan untuk jangka waktu ke depan kondisi perusahaan akan menjadi lebih baik berkaitan dengan isu-isu lingkungan dan bersedia menambah investasinya sehingga membuat nilai pasar perusahaan menjadi lebih baik. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

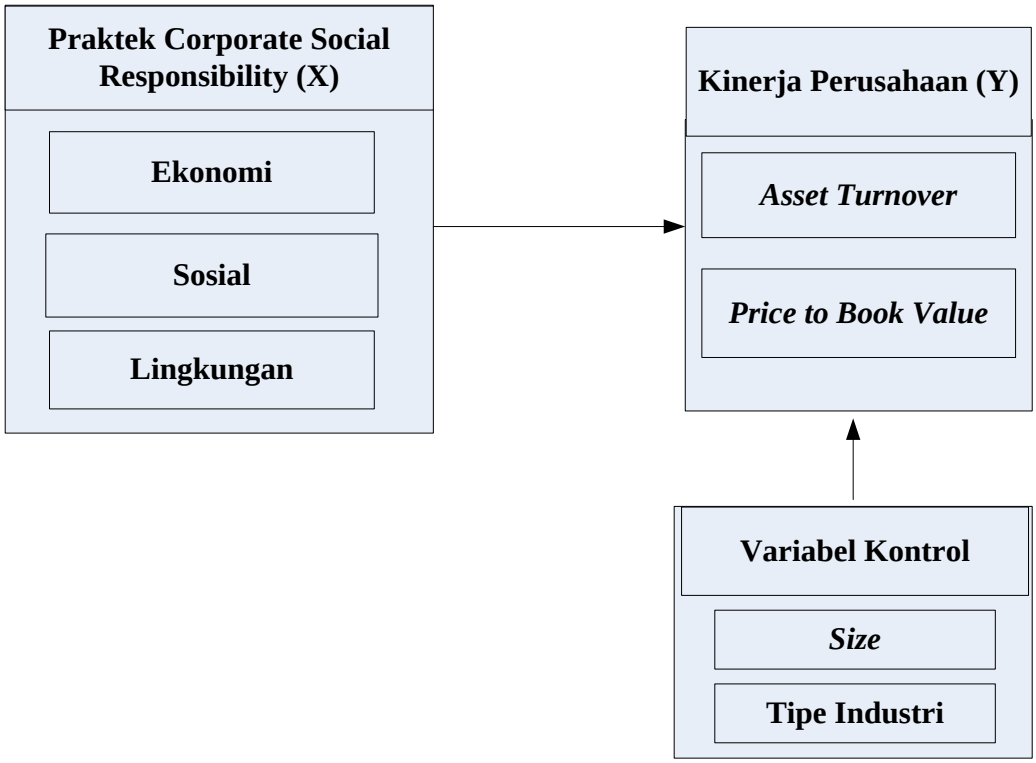
H 2 : Pengungkapan tanggung jawab sosial (ekonomi, sosial dan lingkungan) berpengaruh positif terhadap terhadap kinerja jangka panjang perusahaan (nilai perusahaan).

2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian-uraian yang ditulis sebelumnya, dan permasalahan yang akan diteliti, maka penelitian dapat dirumuskan menjadi kerangka pikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



3. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang sahamnya terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009-2011. Perbedaan tahun penelitian dimaksudkan untuk mengetahui kinerja perusahaan satu tahun yang akan datang. Berdasarkan populasi tersebut akan ditentukan sampel sebagai objek

penelitian. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan Laporan Tahunan 2009 – 2010 dan mengandung informasi laporan keberlanjutan, dan dapat diakses melalui *website* perusahaan dan *website* BEI (http://www.idx.co.id). Ini menunjukkan bahwa informasi yang terdapat dalam Laporan Tahunan perusahaan dapat diakses oleh publik.
2. Perusahaan tersebut mempublikasikan laporan keuangan tahun 2010-2011 dan semua variabel yang dibutuhkan dalam penelitian ini tersedia.
3. Memiliki data yang lengkap tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Variabel penelitian dikelompokkan menjadi 2 variabel utama, yaitu variabel bebas *(independent)* dan variabel terikat *(dependent)*. Variabel bebas adalah suatu variabel yang fungsinya menerangkan (mempengaruhi) terhadap variabel lainnya. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dikenai pengaruh atau diterangkan oleh variabel lain (Ghozali, 2006). Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sedangkan variabel dependennya adalah kinerja jangka pendek perusahaan (*asset turnover*) dan kinerja jangka panjang perusahaan (*price to book value*). Selain itu juga terdapat variabel kontrol yaitu: ukuran perusahaan dan jenis industri.

4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Model regresi yang baik mensyaratkan adanya normalitas pada data penelitian atau pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabelnya. Berdasarkan tabel Kolmogorov-Smirnov 4.4 semua variabel telah terdistribusi dengan normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan plot grafik antara ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual) pada model 1 dan 2 berturut-turut Gambar 4.1 dan 4.2. Terlihat pada grafik scatterplots bahwa titik-titik menyebar secara acak disekitar titik 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dengan melihat efisien *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*. Gangguan multikolinearitas tidak terjadi jika VIF di bawah 10 atau *Tolerance* diatas 0,1.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada

periode t-1 (sebelumnya). Salah satu cara untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan uji Durbin Watson (DW *test*). Pada tabel 4.7 dan 4.8 terlihat bahwa angka D-W (Durbin Watson) berturut-turut sebesar +1,792 dan +1,703. Hal ini menunjukkan model regresi tidak terdapat masalah Autokorelasi karena di antara -2 dan +2.

4.2 Pembahasan

a. Hipotesis Pertama (H1)

Menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial (ekonomi, sosial dan lingkungan) berpengaruh positif terhadap kinerja jangka pendek perusahaan. Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa pada taraf signifikansi level 5 persen. Nilai t hitung sebesar 2,319 dan t tabel sebesar 1,6716. Karena t hitung lebih besar dari t tabel maka Ho ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap kinerja jangka pendek perusahaan (*asset turnover*). Hal tersebut dapat dilihat pula dari taraf signifikansi sebesar 0,024 yang lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan sebesar 0,05.

Koefisiensi regresi variabel SRDI terhadap kinerja ATO sebesar 3,488 yang artinya pengaruh pengungkapan *sustainability report* (SRDI) terhadap kinerja jangka pendek perusahaan adalah positif. Hal ini berarti, setiap kenaikan satu pengungkapan *sustainability report* akan menaikkan *asset turnover* perusahaan (ATO) sebesar 3,448. Dari hasil pengujian diperoleh bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial (ekonomi, sosial dan lingkungan) berpengaruh positif terhadap kinerja jangka pendek perusahaan adalah diterima. Ini karena hasil pengujian menyatakan bahwa pengungkapan

sustainability report keseluruhan berpengaruh positif terhadap kinerja jangka pendek perusahaan (*asset turnover*).

b. Hipotesis Kedua (H2)

Menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial (ekonomi, sosial dan lingkungan) berpengaruh terhadap kinerja jangka panjang perusahaan. Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat bahwa pada taraf signifikansi level 5 persen. Nilai t hitung sebesar 2,276 dan t tabel sebesar 1,6716. Karena t hitung lebih besar dari t tabel maka Ho ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap kinerja jangka panjang perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari taraf signifikansi sebesar 0,027 yang lebih kecil daripada taraf signifikansi yang ditentukan sebesar 0,05.

Koefisien regresi variabel SRDI terhadap kinerja PBV sebesar 6,832 yang artinya pengaruh pengungkapan *sustainability report* terhadap kinerja jangka panjang perusahaan adalah positif. Hal ini berarti, setiap kenaikan satu satuan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan menaikkan kinerja jangka panjang perusahaan (PBV) sebesar 6,832. Dari hasil pengujian diperoleh bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial (ekonomi, sosial dan lingkungan) berpengaruh terhadap kinerja jangka panjang perusahaan adalah diterima. Ini karena hasil pengujian yang menyatakan bahwa pengungkapan *sustainability report* keseluruhan berpengaruh positif terhadap kinerja jangka panjang perusahaan.

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini memberikan kesimpulan yang dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang diukur dengan menggunakan *Sustainability Report Disclosure Index* (SRDI) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja jangka pendek perusahan yang diukur melalui produktivitas (*asset turnover*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Kondisi pengungkapan pertanggungjawaban sosial akan berdampak pada meningkatnya *image* perusahaan, maka akan akan meningkatkan penjualan produk, yang kemudian meningkatkan penjualan perusahaan.
2. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang diukur dengan menggunakan *Sustainability Report Disclosure Index* (SRDI) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja jangka panjang pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Kondisi pengungkapan pertanggungjawaban sosial berpengaruh terhadap kinerja jangka panjang perusahaan yang diukur melalui nilai perusahaan (*price to book value*) menunjukkan bahwa investor mengapresiasi positif atas pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan sehingga berdampak pada naiknya nilai saham perusahaan di pasar saham.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain:

1. Terdapat unsur subjektifitas dalam menentukan indeks pengungkapan. Hal ini dikarenakan belum adanya ketentuan baku yang dijadikan standar atau acuan untuk indikator penelitian sosial di Indonesia, sehingga penentuan indeks untuk indikator dalam kategori penelitian yang sama dapat berbeda untuk setiap peneliti. Pada penelitian ini peneliti menggunakan GRI-G3 *Guideliness* sebagai indikator pengungkapan sosial karena dalam GRI-G3 *Guidliness* berisi mengenai aspek ekonomi, sosial dan lingkungan dalam konteks pembangunan berkelanjutan.
2. Periode pengamatan yang terbatas hanya dalam waktu dua tahun, yaitu tahun 2009-2010 untuk SRDI melalui laporan tahunan 2010-2011 untuk ATO dan PBV melalui laporan keuangan. Sehingga pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan belum terlihat jelas.
3. Variabel dependen dalam penelitian ini hanya ada dua yaitu, kinerja jangka pendek perusahan yang diukur dengan ATO (*asset turnover*) dan kinerja jangka panjang PBV (*price to book value*).

5.3 Saran

Dari kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Hendaknya perusahaan senantiasa memperhatikan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai bentuk jaminan bagi *stakeholders*

atas keterpenuhan berbagai harapan mereka. Hal ini sangat penting untuk membangun citra perusahaan sebagai perusahaan dengan aspek-aspek operasional yang tidak hanya berpusat pada pencapaian laba secara optimal, tetapi juga sebagai perusahaan yang mengutamakan kepentingan *stakeholder* dan citra perusahaan dalam pandangan *stakeholder* akan mempengaruhi kredibilitas perusahaan yang selanjutnya berdampak kepada daya saing dan pertumbuhan penjualan dan laba. *Stakeholder* yang membentuk lingkungan bisnis perusahaan merupakan unsur penting bagi keberlanjutan perusahaan, oleh karena itu dengan memenuhi kebutuhan *stakeholder* artinya perusahaan juga menjaga keberlanjutan operasionalnya dalam jangka panjang.

2. Untuk investor dan kreditur hendaknya lebih bijaksana dalam berinvestasi dan menanamkan dananya di perusahaan dengan memperhatikan perusahaan yang tidak hanya mengutamakan profit tetapi juga memperhatikan dampak operasionalnya terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan, karena dengan begitu investor dan kreditur turut andil dalam menjaga keberlanjutan ekonomi, sosial dan lingkungan.
3. Pemerintah hendaknya menetapkan regulasi yang jelas mengenai praktik pengungkapan sosial dan lingkungan dalam bentuk laporan CSR sehingga terdapat standar dan acuan yang jelas mengenai indikator pengungkapan sosial dan lingkungan untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, diperlukan adanya pengawasan yang tegas terhadap CSR pada perusahaan di Indonesia sehingga praktik dan pengungkapan sosial dan lingkungan

berupa CSR maupun *Sustainability Report* (SR) di Indonesia semakin meningkat.

4. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperpanjang periode pengamatan penelitian agar dapat lebih menggambarkan kondisi dari pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Beasley, M. S. (1996). An Empirical Analysis of the Relation between the Board of Director Composition and Financial Statement Fraud. *The Accounting Review*, 17, 443-465.

Belkaoui, Ahmed Riahi, 2007. *Accounting of Theory*. Edisi 5. Jakarta : Salemba Empat.

Darwin, Ali. 2004. Penerapan Sustainability Reporting di Indonesia. *Konvensi Nasional Akuntansi V, Program Profesi Lanjutan*. Yogyakarta, 13-15 Desember.

Fahmi, Irham. 2011. *Analisis Laporan Keuangan.* Bandung: Alfabeta

Firer, S. and Williams, S. Mitchell. 2003. Research Collection School of Accountancy. *Intellectual Capital and Traditional Measures Of Corporate Performance.*

Ghozali dan Chariri, 2007. Teori Akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Undip.

Hackston, D., & Milne, M. J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(1), 77 - 108.

Hanafi, Mahmud M dan Abdul Halim. 2007. Analisa Laporan Keuangan. Yogyakarta:UPP YKPN.

Harjito, M. d., & Agus. (2005) *Manajemen Keuangan edisi pertama*: Jala Sutia, Jakarta.

Hermawati, Angra. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Struktur Kepemilikan Sebagai Variabel Pemoderasi. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma. Depok.

Jumingan, 2006, *Analisis Laporan Keuangan,* Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.

Mackey, Alison; Mackey, Tyson B.; dan Barney, Jay B. 2005. Corporate Social Responsibility and Firm Performance: Investor Preferences and Corporate Strategies. Available, (http://www.ssrn.com) diakses 22 Februari 2013.

Narver, J.C. 1971. Rational Management Responses to External Effects. *Academy of Management Journal.*

Nurlela R, dan Islahuddin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) pada Laporan Tahunan Perusahaan; Studi Empiris pada Perusahaan

Publik yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2006. *Simposium Nasional Akuntansi* XI, Pontianak, 22-25 Juli 2008.

Rob Gray, Reza Kouhy, Simon Lavers, (1995) "Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure", Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 8 Iss: 2.

Roberts W, Choy H, Cotreras A. 2007. The Effects of Corporate Social Responsibility Perceptions on Valuation Common Stock. *Research Documento de Trabajo* No. 313.

Solihin, Ismail. 2009. Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability. Jakarta : Salemba Empat.

Suharto, Edi. 2008. "Corporate Social Responsibility: What is and Benefit for Corporate" makalah yang disajikan pada Seminar Dua Hari, *Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership*, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta.

Sutrisno, Edy. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Kencana, Jakarta.

Ullman. 1985. Data In Search of a Theory: A Critical Examination of The Relationships Among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of U.S. Firms. *Academy of Management Review*, Vol 10, No. 3, pp. 540-557.

Wahyudi, U., dan H.P. .Pawestri. 2006. Implikasi Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan: dengan Keputusan Keuangan Sebagai Variabel Intervening.. *Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang*. K-AKPM 17.

World Business Council For Sustainable Development (WBCSD). 2000. WBCSD's first report-Corporate Social Responsibility. Geneva.

www.idx.co.id

www.wikipedia.org