

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2011-2013**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Manajemen



Oleh:

NURUL CHOTIMAH PUTRI

NIM : 2011210289

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2015

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Nurul Chotimah Putri
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 23 Januari 1993
NIM : 2011210289
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility*
* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan
Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek
Indonesia Periode 2011-2013.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 21-10-2015



(Dr. Dra. Ec. Wiwik Lestari, M.Si)

Ketua Program Studi S1 Jurusan Manajemen,

Tanggal : 21 - 10 - 2015



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T)

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA
KEUANGAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2011-2013**

Nurul Chotimah Putri
STIE Perbanas Surabaya
chotimahputri23@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is corporate social responsibility on financial performance of manufacturing company on Indonesia stock exchange. The population of research is a listed company on the Indonesia stock exchange and has followed the PROPER period 2011-2013 by 57 companies. Sample is 19 companies. Sampling method is purposive sampling. Analysis technique is simple linear regression. In the practice, statistic test is preceded by classical assumption test. The result of this research show corporate social responsibility hasn't significantly on return on asset (ROA) and earning per share (EPS), but corporate social responsibility has significantly on Tobin's Q.

Key words : *corporate social responsibility (CSR), return on asset (ROA), earning per share (EPS), and Tobin's Q.*

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu program tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan di sekitar perusahaan berdiri, maupun untuk lingkungan yang lebih luas lagi. Tanggung jawab perusahaan, khususnya perusahaan manufaktur yang berhadapan langsung dengan alam, dapat dilihat dari bagaimana proses pembuangan limbah perusahaan ke lingkungan, sampai ke pencarian bahan baku yang digunakan untuk memproduksi suatu produk. Persaingan bisnis antar perusahaan membuat segenap jajaran perusahaan berusaha keras untuk memajukan usaha serta meningkatkan labanya. Tanpa disadari hal ini membuat perusahaan semakin mengeksploitasi sumber-sumber daya alam, khususnya di Indonesia. Hal ini dimaksudkan bahwa perusahaan bukan hanya dituntut untuk fokus pada perbaikan dan peningkatan kondisi internal perusahaan atau dalam artian mencari *profit* saja namun perusahaan juga dituntut untuk

fokus dalam mengembangkan hubungan sosial pada kondisi eksternal perusahaan yang merupakan tanggung jawab sosial perusahaan kepada *stakeholder*.

Tanggung jawab sosial baik internal maupun eksternal ini disebut dengan *Corporate Social Responsibility*. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007 : 32).

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mewujudkan keadaan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan masyarakat. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan menyentuh dan memberi manfaat langsung terhadap masyarakat maka perusahaan akan lebih leluasa dalam mengembangkan pasarnya.

Khususnya industri-industri yang tidak dapat melakukan pemasaran langsung dengan iklan di berbagai media, salah satu contohnya seperti perusahaan pertambangan.

Corporate Social Responsibility dapat meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat. Perusahaan dengan citra yang baik akan mendapat dukungan penuh dari lingkungan sekitarnya dan dukungan penuh tersebut diharapkan mampu memaksimalkan keuntungan ekonomi perusahaan. Investasi dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti memberi sumbangan bagi pendidikan nasional, menyediakan pelatihan kejuruan, mendukung pembangunan infrastruktur, atau melakukan pengelolaan limbah air, atau lingkungan bisa saja tidak memberi manfaat langsung dan nyata bagi perusahaan. Kegiatan tersebut akan membantu meningkatkan nilai sebuah merek, membangun dukungan, memperbaiki efisiensi dan semangat karyawan dan yang terpenting adalah mempercepat pertumbuhan ekonomi mikro sehingga menjamin terbentuknya lingkungan yang kondusif bagi perusahaan untuk beroperasi dan berkembang (Urip, 2014 : 80). Pada akhirnya keseluruhan dampak positif dari strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Salah satu alternatif instrumen *Corporate Social Responsibility* di Indonesia sejak tahun 1995 dikenal dengan sebutan PROPER atau Program Penilaian Peringkat Kinerja Penataan dalam Pengelolaan Lingkungan yang telah diselenggarakan oleh kementerian Negara Lingkungan Hidup. Alternatif ini dilakukan melalui penyebaran informasi tingkat kinerja penataan masing-masing perusahaan kepada *stakeholder* pada skala nasional.

PROPER merupakan salah satu bentuk kebijakan pemerintah, untuk meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan sesuai dengan yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-

undangan. Selanjutnya PROPER juga merupakan perwujudan transparansi dan demokratisasi dalam pengelolaan lingkungan di Indonesia. Penerapan instrumen ini merupakan upaya Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk menerapkan sebagian dari prinsip-prinsip *good governance* (transparansi, berkeadilan, akuntabel, dan partisipasi masyarakat) dalam pengelolaan lingkungan.

Untuk memudahkan komunikasi dengan *stakeholder* dalam menyikapi hasil kinerja penataan masing-masing perusahaan, maka peringkat kinerja perusahaan dikelompokkan dalam lima peringkat warna. Lima peringkat warna yakni mencakup peringkat Hitam, Merah, Biru, Hijau, dan Emas. Peringkat Emas dan Hijau untuk perusahaan yang telah melakukan upaya lebih dari taat dan patut menjadi contoh, peringkat Biru bagi perusahaan yang telah taat, dan peringkat Merah dan Hitam bagi perusahaan yang belum taat. Dengan adanya lima peringkat warna tersebut belum dapat memberi informasi yang lengkap kepada para *stakeholder* dalam menyikapi kinerja masing-masing perusahaan karena belum dihubungkan dengan kinerja keuangan.

Indonesia saat ini memerlukan kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan yang sudah mulai berkembang. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peraturan Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 Tahun 2007 yang diberlakukan pada 16 Agustus 2007. Undang-undang ini mengatur tentang perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Laporan keuangan tahunan merupakan salah satu media yang biasa digunakan dalam mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan perusahaan. Laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Maksud laporan keuangan yang menunjukkan kondisi perusahaan saat ini adalah

merupakan kondisi terkini. Kondisi perusahaan terkini adalah keadaan keuangan perusahaan pada tanggal tertentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba rugi). Laporan tersebut merupakan cerminan kinerja perusahaan.

Pengukuran kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu indikator yang dipergunakan oleh investor untuk menilai suatu perusahaan dari harga pasar saham tersebut di Bursa Efek Indonesia. Semakin baik kinerja perusahaan maka akan semakin tinggi *return* yang akan diperoleh investor. Umumnya investor akan mencari perusahaan yang mempunyai kinerja terbaik dan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Dikatakan perolehan modal perusahaan dan nilai perusahaan akan meningkat apabila perusahaan memiliki reputasi baik yang tercermin dalam laporan keuangannya. Pengukuran kinerja keuangan meliputi hasil perhitungan rasio-rasio keuangan yang berbasis pada laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan dan telah di audit akuntan publik. Rasio-rasio tersebut dirancang untuk membantu para analisis investor dalam mengevaluasi suatu perusahaan berdasarkan laporan keuangannya (Horne, 2005).

Penggunaan informasi keuangan yang disediakan sebuah perusahaan biasanya analis atau investor akan menghitung rasio-rasio keuangannya yang mencakup rasio likuiditas, *leverage*, aktivitas dan profitabilitas perusahaan untuk dasar pertimbangan dalam keputusan investasi. Dalam penelitian hanya menggunakan rasio profitabilitas.

Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Penelitian ini menggunakan ROA dan EPS sebagai proksi dari profitabilitas. *Return on asset* (ROA) adalah perbandingan antara laba sebelum pajak dengan total aktiva, atau dapat dikatakan perbandingan antara laba bersih dengan total aset. Semakin besar ROA semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan dan semakin baik posisi per-

sahaan tersebut dari segi penggunaan aset. Begitu juga sebaliknya bila ROA kecil maka tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan akan kecil dan posisi perusahaan akan kurang baik. *Earning per Share* (EPS) merupakan perbandingan antara laba bersih dengan jumlah saham beredar. Ekspektasi pendapatan yang akan diperoleh merupakan faktor penentu harga saham. Saham dengan return tertinggi pada umumnya memiliki pendapatan yang lebih besar daripada yang diperkirakan, sedangkan saham dengan return terendah memiliki pendapatan di bawah perkiraan. Jadi *earning per share* memiliki hubungan positif dengan harga saham, sehingga apabila jumlah *earning per share* meningkat maka harga saham akan naik begitu juga tingkat pengembalian investasi, dan sebaliknya.

Di pasar modal sebagian investor juga memperhatikan program *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Salah satu cerminan persepsi investor tersebut kepada perusahaan adalah Nilai Pasar. Investor yang memandang penting *Corporate Social Responsibility*, maka akan menilai tinggi perusahaan yang melaksanakannya.

Nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar dalam penelitian ini. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham.

Nilai perusahaan dinilai baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Kinerja yang dilakukan perusahaan dapat berupa kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial di dalam memperbaiki kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial di lingkungan sekitarnya. Hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila dilakukan secara berkelanjutan (*sustainable*).

Penelitian terdahulu telah mencoba untuk mengungkapkan bahwa penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di-

percaya dapat meningkatkan kinerja keuangan dimana investor cenderung berinvestasi pada perusahaan yang melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Selain itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki keterkaitan dengan keuangan di negara-negara berkembang walaupun membutuhkan waktu yang lama untuk melihat keterkaitan yang signifikan tersebut (Ahmed, Islam dan Hasan, 2012). Aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan terbukti memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (Dahlia dan Siregar, 2008). Disisi lain ada juga penelitian yang menunjukkan bahwa tidak ada kaitan positif diantara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan (Athansia dan Maria, 2010).

Perusahaan berkemampuan meningkatkan kinerja keuangan untuk memperoleh keuntungan disebut dengan profitabilitas. Profitabilitas merupakan faktor manajemen untuk lebih bebas dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Berdasarkan pada penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa para investor tidak hanya melihat kinerja perusahaan saja tetapi dilihat juga dari tanggung jawab sosial perusahaan tersebut. Hal tersebut menarik untuk diteliti dan dicermati, terutama pada konsep CSR yang merupakan suatu relatif baru di dunia bisnis nasional yang sedang berkembang pelaksanaannya. Oleh karena itu, penulis bertujuan untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013”**.

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

***Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab sosial yang merupakan suatu komitmen

untuk menjamin manfaat berkelanjutan bagi perusahaan sekaligus menjadi landasan penting bagi bisnis untuk membangun kepercayaan dan keyakinan bagi pemangku kepentingan (*stakeholder*) (Urip, 2014). Dalam buku yang berjudul “*CSR dalam Dunia Bisnis*”, Untung (2014 : 3) mengutip pernyataan *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yang mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dan komunitas setempat ataupun masyarakat luas.

Fenomena ini dipicu oleh semakin mengglobalnya *trend* mengenai praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bisnis. Di Indonesia, CSR diatur dalam Undang-Undang No.25/2007 tentang “Penanaman Modal” Pasal 15 huruf b yang menyebutkan bahwa “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Pembentukan undang-undang tersebut didasarkan adanya semangat untuk menciptakan iklim kegiatan perusahaan yang kondusif serta salah satu tujuannya untuk menjalankan kewajiban yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR). Undang-Undang RI No.40/2007 mewajibkan perseroan yang bidang usahanya dibidang atau terkait dengan bidang Sumber Daya Alam untuk melaksanakan tanggung jawab tersebut di laporan tahunannya. Melalui regulasi yang telah dibuat oleh pemerintah semakin mempertegas bahwa seluruh kegiatan perusahaan yang bersinggungan langsung terhadap lingkungan wajib menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta melaporkannya dalam bentuk laporan tahunan, sehingga manajemen perusahaan tidak hanya dituntut atas pengelolaan dana perusahaan namun juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan dan sosial.

Menurut Nor Hadi (2011: 123), sebagai awal pengendalian dan pengawasan, melakukan perencanaan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan

hal yang dipandang penting. Perencanaan, menjadi satu dimensi keseriusan perusahaan dalam ikut berpartisipasi dan empathy terhadap berbagai masalah lingkungan dan sosial. *Corporate Social Responsibility* butuh perumusan yang jelas, baik materi, strategi, sasaran, penelitian pemangku kepentingan, maupun anggaran yang dibutuhkan. Untuk itu, butuh kajian mendalam dan berkelanjutan, khususnya dalam menentukan isi dan sasaran agar memiliki daya dukung dalam pembangunan berkelanjutan dalam rangka meningkatkan pemberdayaan pada para pemangku kepentingan. Dengan demikian, kualitas perencanaan praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) tergantung pada analisis perusahaan terhadap lingkungan dan sosial.

Return On Asset (ROA)

Return on asset merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*retun*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Di samping itu, hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil (rendah) rasio ini, semakin kurang baik, demikian sebaliknya. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan.

Earning per Share (EPS)

Rasio laba per lembar saham atau disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, kesejahteraan pemegang saham meningkat. Dengan pengertian lain, tingkat pengembalian yang tinggi. Keuntungan bagi pemegang saham adalah jumlah keuntungan setelah dipotong pajak. Keuntungan yang tersedia

bagi pemegang saham biasa adalah jumlah keuntungan dikurangi pajak, dividen, dan dikurangi hak-hak lain untuk pemegang saham prioritas. Pada umumnya manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat tertarik akan EPS, karena hal ini menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa. Para calon pemegang saham tertarik dengan EPS yang besar, karena hal ini merupakan salah satu pengukuran keberhasilan suatu perusahaan. Menurut Kasmir (2013: 207) rumus untuk mencari laba per lembar saham biasa adalah sebagai berikut:

Nilai Pasar (Tobin's Q)

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkatkan menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris, Rika dan Ishlahuddin (2008).

Salah satu alternatif yang digunakan dalam nilai perusahaan adalah dengan menggunakan *Tobin's Q*. *Tobin's Q* adalah rasio yang pertama kali diperkenalkan oleh James Tobin pada tahun 1969. James Tobin adalah seorang ekonom Amerika yang sukses mendapatkan nobel dalam bidang ekonomi dengan hipotesisnya, nilai pasar dari suatu perusahaan seharusnya sama dengan biaya ganti aktiva perusahaan tersebut sehingga terciptalah keadaan yang ekuilibrium (Ro-vita Ingg, 2014).

Tobin's Q juga menjelaskan bahwa nilai dari suatu perusahaan merupakan

nilai kombinasi dari aktiva berwujud dengan aktiva tak berwujudnya. Nilai *Tobin's Q* untuk perusahaan yang rendah yaitu antara 0 sampai 1 menunjukkan bahwa biaya penggantian aktiva perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai pasar perusahaan tersebut yang berarti pasar menilai kurang perusahaan tersebut. Nilai *Tobin's Q* untuk perusahaan yang tinggi yaitu lebih dari 1 menunjukkan bahwa nilai perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai aktiva perusahaan yang tercatat yang berarti masih ada beberapa aktiva perusahaan yang tidak terukur atau tercatat.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Profitabilitas adalah hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan (Brigham & Houston, 2006), dimana rasio ini digunakan sebagai alat pengukur atas kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian pengukuran profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan tingkat efektifitas manajemen secara menyeluruh dan secara tidak langsung para investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis ini. Selain itu keuntungan (profitabilitas) sangat penting bagi perusahaan bukan saja untuk terus mempertahankan pertumbuhan bisnisnya namun juga memperkuat kondisi keuangan perusahaan. Hasil ini didukung oleh penelitian Wijayanti

(2011). Hasil menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap rasio profitabilitas.

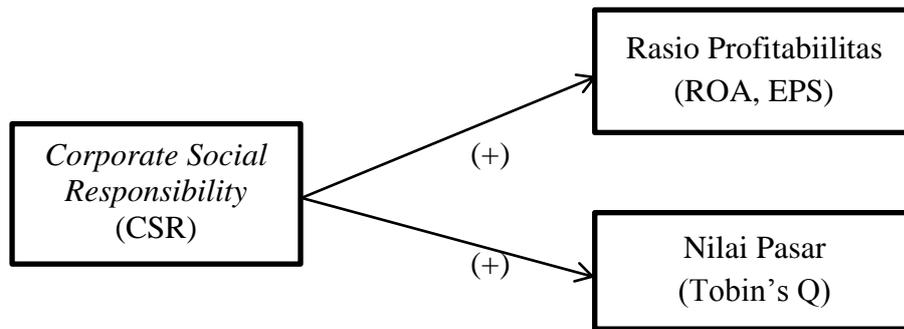
Hipotesis 1: Terdapat pengaruh signifikan *Corporate Social Responsibility* terhadap ROA

Hipotesis 2: Terdapat pengaruh signifikan *Corporate Social Responsibility* terhadap EPS

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Pasar (*Tobin's Q*)

Nilai perusahaan dapat dicerminkan dalam nilai pasar. Dalam hal ini nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. *Enterprise value* atau dikenal dengan *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Oleh sebab itu dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor (Rika dan Islahuddin, 2008). Hasil ini didukung oleh penelitian Miranty Nurhayati (2012). Hasil menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis 3: Terdapat pengaruh signifikan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Tobin's Q*



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah semua badan usaha dengan kategori manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2011-2013 dan juga yang telah terdaftar di dalam PROPER. Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan *non probability sampling* kategori *purposive judgment sampling*. Kriteria tersebut antara lain yaitu perusahaan-perusahaan yang terdaftar di dalam PROPER yang sudah dikategorikan selama tahun 2011 – 2014.

Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Dan laporan keuangan dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan yang sudah masuk dalam PROPER.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu ROA, EPS, Tobin's Q dan variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Definisi Operasional Variabel

Corporate Social Responsibility (CSR)

Instrumen pengukuran *CSR Index (CSRI)* yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Sembiring (2005), yang mengelompokkan informasi CSR ke dalam tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Dari 7 kategori *item* pengungkapan informasi CSR terdapat 78 *items* yang disesuaikan dengan masing-masing perusahaan. Penilaian pertanggungjawaban sosial perusahaan dilakukan dengan menggunakan variabel kategorial, dengan memberi angka 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan *item* pada daftar pertanyaan dan angka 1 diberikan jika perusahaan mengungkapkan *item* pada daftar pertanyaan. Penghitungan indeks tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Rustiarini, 2010) dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI_j : *CSR Index* perusahaan j.

X_{ij} : jumlah skor pengungkapan yang diperoleh untuk perusahaan j

n_j : Jumlah *item* yang seharusnya diungkapkan perusahaan j , $n_j \leq 78$

Return On Asset (ROA)

Return On Asset (ROA) dihitung berdasarkan perbandingan laba usaha setelah pajak terhadap total aset yang dimiliki perusahaan.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Earning Per Share (EPS)

Earning Per Share (EPS) dihitung berdasarkan perbandingan laba bersih setelah pajak dikurangi dividen terhadap total seluruh saham yang dimiliki perusahaan.

$$EPS = \frac{\text{Laba saham biasa}}{\text{Saham biasa yang beredar}}$$

Nilai Pasar (Tobin's Q)

Nilai Pasar (*Tobin's Q*) dihitung dengan membagi nilai pasar suatu perusahaan (yang diukur dengan nilai pasar dari saham yang beredar dan utang) dengan biaya penggantian aktiva.

$$Tobin's Q = \frac{EMV + D}{TA}$$

Keterangan:

EMV = Nilai pasar ekuitas (*equity market value*), yang diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan (*closing price*) akhir tahun dengan jumlah saham yang beredar.

D = Total hutang perusahaan.

TA = Total aset perusahaan

Alat Analisis

Analisis Deskriptif digunakan untuk menjelaskan tentang variabel-variabel pengamatan, yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Return On Asset* (ROA), *Earning Per Share* (EPS), Nilai Pasar (Tobin's Q).

Sebelum dilakukan analisis data untuk menguji hipotesis penelitian yang diajukan, terlebih dulu dilakukan uji asumsi klasik. Hal ini dilakukan untuk mengetahui, menguji, dan memastikan kelayakan

model regresi yang dilakukan dalam penelitian ini. Selain itu, uji asumsi klasik dilakukan untuk menentukan apakah sampel penelitian telah memenuhi uji asumsi klasik, karena regresi yang dilakukan dengan metoda *Ordinary Least Square* (OLS) harus memenuhi syarat uji asumsi klasik yang terdiri dari: uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

Data penelitian yang telah terkumpul harus diuji terlebih dahulu untuk mendeteksi karakteristik dari data tersebut. Tujuan diadakan uji normalitas adalah untuk melihat data yang terkumpul memiliki distribusi (sebaran) yang normal atau tidak (Ghozali, 2011: 160). Keputusan untuk menolak atau menerima hipotesis dengan perbandingan nilai probabilitas (ρ) dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05. Data dinilai terdistribusi secara normal bila nilai probabilitas (ρ) lebih besar dari nilai tingkat signifikansi (α). Untuk memperkuat hasil tersebut, nantinya akan digunakan uji Kolmogorov Smirnov (1-Sample K-S).

Pengujian Hipotesis. Hipotesis H1 sampai dengan H3 akan diuji dengan menggunakan analisis regresi *Ordinary Least Square* (OLS) dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$ROA = a + \beta_1 CSR$$

$$EPS = a + \beta_2 CSR$$

$$Tobin's Q = a + \beta_3 CSR$$

dimana :

CSR = *Corporate Social Responsibility*

ROA = *Return On Asset*

EPS = *Earning Per Share*

NP = Nilai Pasar (Tobin's Q)

e = error term

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menggambarkan seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011: 97). Semakin tinggi nilai koefisien determinasi berarti semakin besar pula pengaruh yang ditimbulkan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti ke-

mampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, sedangkan nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011: 97).

Uji statistik t digunakan untuk uji hipotesis. Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variansi variabel dependen (Ghozali, 2011: 98). untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat dengan prosedur sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = 0$ (*Corporate Social Responsibility* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Earning Per Share* dan *Return On Asset*)

$H_a : \beta_1 \neq 0$ (*Corporate Social Responsibility* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Tobin's Q)

Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikan 0,05 dengan derajat bebas ($n - k$), dimana n = jumlah pengamatan dan k = jumlah variabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Pada deskripsi variabel penelitian akan dijelaskan nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standart deviasi pada masing-masing variabel penelitian yaitu CSR, ROA, EPS dan tobin's Q pada perusahaan sesuai dengan kriteria pada bab sebelumnya periode tahun 2011 hingga tahun 2013. Berikut adalah analisa deskriptif variabel penelitian selengkapnya:

Tabel 1
Hasil Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	48	0,0900	0,5770	0,270000	0,1073114
ROA	48	-5,1690	29,4180	6,874938	7,5416332
EPS	48	-256,5740	1361,5810	309,5044	383,3463557
NP	48	0,5000	4,4580	1,768729	0,9379669

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa secara keseluruhan variabel CSR pada penelitian ini menghasilkan rata-rata sebesar 0,27. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan manufaktur mengungkapkan 27% dari total 78 item CSR yang disyaratkan sebesar 21 skor. Nilai CSR terendah dimiliki oleh PT. Aneka Tambang ditahun 2013 sebesar 0,090 hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan hanya dapat mengungkapkan 9% dari total 78 item CSR sebesar 7 skor. Sedangkan nilai CSR tertinggi dimiliki oleh PT. Semen Indonesia ditahun 2012 sebesar 0,577. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mengungkapkan 57,7% dari total 78 item CSR nya sehingga mempunyai nilai sebesar 45 skor.

Variabel ROA selama tahun 2011 hingga tahun 2013 memiliki rata-rata 6,874. Hal tersebut menunjukkan bahwa laba bersih yang diperoleh dari pengelolaan aset yang dimiliki perusahaan sebesar 6,874%. Nilai ROA terendah dimiliki oleh PT. Chandra Asri Petrochemical ditahun 2012 hal tersebut menunjukkan bahwa aset yang dimiliki oleh perusahaan belum dapat dikelola dengan baik sehingga perusahaan memperoleh kerugian sebesar -5,169% dari total asetnya, sedangkan nilai ROA tertinggi dimiliki oleh PT. Citra Tubindo ditahun 2011 hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mampu memperoleh laba bersih dari pengelolaan aset sebesar 29,418%.

Variabel EPS selama tahun 2011 hingga tahun 2013 memiliki rata-rata Rp.

309,504 hal tersebut menunjukkan bahwa manajemen perusahaan dapat mencapai keuntungan bagi pemegang saham sebesar Rp. 309,504. Nilai EPS terendah dimiliki oleh PT. Chandra Asri Petrochemical ditahun 2012 hal tersebut menunjukkan bahwa manajemen perusahaan tidak dapat memberikan keuntungan bagi pemegang saham namun kerugian yang dicapai sebesar Rp. 256,574. Sedangkan nilai EPS tertinggi dimiliki oleh PT. Indocement Tunggal Prakarsa ditahun 2013 hal tersebut menunjukkan bahwa manajemen perusahaan mampu memberikan keuntungan bagi pemegang saham sebesar Rp.1361,581.

Variabel nilai perusahaan selama tahun 2011 hingga tahun 2013 memiliki rata-rata 1,768, artinya nilai perusahaan yang tercermin dari penilaian saham oleh pasar adalah sebesar 1,768. Nilai perusahaan terendah dimiliki oleh PT. Sat Nusa Persada ditahun 2013 yaitu sebesar 0,500. Hal ini berarti bahwa perusahaan tersebut kurang dapat meyakinkan investor tentang prospek perusahaan dalam mencapai tujuannya. Sedangkan nilai perusahaan tertinggi dimiliki oleh PT. Indocement Tunggal Prakarsa ditahun 2011. Hal tersebut

Hasil Analisis dan Pembahasan

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana
untuk Pengaruh CSR terhadap ROA

Variabel	Koefisien Regresi	Std.Eror	T _{hit}	T _{tabel}	Sig	R	R ²
Konstanta	2.074	2.908				0.253	0.064
CSR	17.782	10.025	1.744	1.679	0.083		

Sumber: Lampiran 21

Berdasarkan tabel 4.4 maka model regresi pertama adalah sebagai berikut:

$$ROA = 2,074 + 17,782CSR + e$$

Model persamaan regresi tersebut memiliki arti jika CSR berubah satu satuan, maka ROA akan berubah sebesar 17,782. Tanda positif menunjukkan hubungan yang searah antara CSR dan ROA, yang ber-

menunjukkan bahwa perusahaan telah dapat meyakinkan investor bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dalam mencapai tujuannya.

Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (CSR) terhadap variabel dependen (ROA, EPS, Tobin's Q).

Untuk menguji kenormalan model regresi dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov*. Model regresi dikatakan berdistribusi normal apabila statistik *kolmogorov-smirnov* dari nilai residual memiliki nilai signifikansi lebih dari $\alpha = 0,05$. Hasil uji *kolmogorov-smirnov* menghasilkan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,169; 0,127 dan 0,429, nilai ini masing-masing lebih besar dari 0,05 sehingga disimpulkan ketiga model regresi penelitian sudah berdistribusi normal.

Analisis regresi yang telah dilakukan dalam pengujian ini adalah model regresi linier sederhana yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Hasil regresi tersebut dapat dilihat pada Tabel 2,3,4 berikut:

arti semakin baik CSR akan semakin tinggi nilai ROA.

Koefisien Determinasi (R²) sebesar 0,064 yang memiliki arti bahwa persentase pengaruh dari variabel CSR terhadap ROA perusahaan adalah sebesar 6,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti. Koefisien korelasi (R) sebesar 0,253 menunjukkan bahwa hubungan

variabel CSR terhadap ROA perusahaan adalah lemah.

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung variabel CSR memiliki nilai signifikansi 0,083 yang lebih besar dari tingkat signifikan $\alpha = 0,05$, yang

berarti variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA perusahaan. Hipotesis pertama (H_1) penelitian yang menduga CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA tidak diterima dan tidak terbukti kebenarannya.

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana
untuk Pengaruh CSR terhadap EPS

Variabel	Koefisien Regresi	Std.Eror	T _{hit}	T _{tabel}	Sig	R	R ²
Konstanta	169.636	151.198				0.145	0.021
CSR	518.030	521.136	0.994	1.679	0.325		

Sumber: Lampiran 21

Berdasarkan tabel 4.5 maka model regresi kedua adalah sebagai berikut:

$$EPS = 169,636 + 518,030CSR + e$$

Model persamaan regresi tersebut memiliki arti jika CSR berubah satu satuan, maka EPS akan berubah sebesar 518,030. Tanda positif menunjukkan hubungan yang searah antara CSR dan EPS, yang berarti semakin baik CSR akan semakin tinggi nilai EPS.

Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,021 yang memiliki arti bahwa persentase pengaruh dari variabel CSR terhadap EPS perusahaan adalah sebesar 2,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang

tidak diteliti. Koefisien korelasi (R) sebesar 0,145 menunjukkan bahwa hubungan variabel CSR terhadap EPS perusahaan adalah lemah.

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung variabel CSR memiliki nilai signifikansi 0,325 yang lebih besar dari tingkat signifikan $\alpha = 0,05$, yang berarti variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap EPS perusahaan. Hipotesis kedua (H_2) penelitian yang menduga CSR berpengaruh signifikan terhadap EPS tidak diterima dan tidak terbukti kebenarannya.

Tabel 4
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana
untuk Pengaruh CSR terhadap Tobin's Q

Variabel	Koefisien Regresi	Std.Eror	T _{hit}	T _{tabel}	Sig	R	R ²
Konstanta	0.884	0.347				0.375	0.141
CSR	3.277	1.195	2.734	1.679	0.009		

Sumber: Lampiran 21

Berdasarkan tabel 4.6 maka model regresi ketiga adalah sebagai berikut:

$$Tobin's Q = 0,884 + 3,277CSR + e$$

Model persamaan regresi tersebut memiliki artinya jika CSR berubah satu satuan, maka Tobin's Q akan berubah sebesar 3,277. Tanda positif menunjukkan hubungan yang searah antara CSR dan

Tobin's Q, yang berarti semakin baik CSR akan semakin tinggi nilai Tobin's Q.

Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,141 yang memiliki arti bahwa persentase pengaruh dari variabel CSR terhadap Tobin's Q perusahaan adalah sebesar 14,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti. Koefisien korelasi

(R) sebesar 0,375 menunjukkan bahwa hubungan variabel CSR terhadap Tobin's Q perusahaan adalah lemah.

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung variabel CSR memiliki nilai signifikansi 0,009 yang lebih kecil dari tingkat signifikan $\alpha = 0,05$, yang berarti variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q perusahaan. Hipotesis ketiga (H_3) penelitian yang menduga CSR berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q diterima dan terbukti kebenarannya.

Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Return on Asset (ROA)

Return On Asset (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan dalam perusahaan untuk memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, semakin besar ROA semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan.

Menurut Friedman dalam Andreas Lako (2011:42), tugas utama bisnis adalah menghasilkan barang atau jasa secara efisien yang dibutuhkan masyarakat dengan harga yang terjangkau dan berkualitas baik. Jika produk atau jasa yang dijual laku di pasar, maka kenaikan laba adalah yang paling penting karena akan menaikkan akumulasi modal. Bila akumulasi modal meningkat, perusahaan dapat menggunakannya untuk membuka atau memperluas usaha baru sehingga dapat memberi lapangan kerja baru kepada masyarakat. Hal tersebut adalah wujud dari tanggung jawab sosial korporasi (CSR).

Friedman menegaskan bahwa untuk pemecahan masalah-masalah sosial, seperti kesejahteraan sosial dan keselamatan masyarakat yang berada di sekitar lokasi perusahaan, diskriminasi rasial, pengangguran, dan kerusakan lingkungan, adalah tanggung jawab pemerintah serta individu-individu masyarakat. Kewajiban perusahaan adalah patuh membayar pajak, dividen, dan lainnya kepada pemerintah sesuai dengan aturan-aturan main yang berlaku.

Pada penelitian ini, ternyata *Corporate Social Responsibility* yang diukur menggunakan Item Pengungkapan CSR (CSRI) menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan terhadap *Return on Asset (ROA)* sebesar $0,083 > 0,05$ yang berarti CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA, sehingga penerapan CSR di dalam perusahaan merupakan salah satu faktor yang tidak mempengaruhi ROA yang baik.

Konsepsi CSR Friedman tersebut mendapat dukungan luas dari para pebisnis di sejumlah negara, termasuk Indonesia, selama 40 terakhir. Meskipun mendapat dukungan luas, namun konsepsi CSR Friedman juga terus menuai kritikan pedas.

Sejumlah kalangan masyarakat luas menilai konsepsi CSR Friedman justru anti CSR. Alasannya, karena esensi CSR yang sesungguhnya adalah korporasi perlu menyesuaikan pencapaian tujuan laba (*profit*) dengan pencapaian kinerja sosial (*people*) dan lingkungannya (*planet*) atau sering disebut *triple bottom line*.

Dari prespektif teori *stakeholder*, ada dua argumen yang bisa menjelaskannya. *Pertama*, orientasi bisnis yang hanya tertuju pada mengejar laba dapat mendorong korporasi bertindak pragmatis dan tidak etis. Sebagai contoh, mengeksploitasi alam secara membabi buta dan tidak peduli pada masyarakat sekitar yang menanggung dampak-dampak negatif dari aktivitas bisnis perusahaan. Pada akhirnya, perilaku tidak etis tersebut justru menjadi bumerang bagi perusahaan. Misalnya, munculnya tindakan-tindakan destruktif masyarakat menuntut perusahaan ditutup karena mereka tidak merasakan adanya manfaat dari keberadaan perusahaan tetapi justru menanggung dampak-dampak negatifnya. *Kedua*, sikap menyerahkan dan mengandalkan sepenuhnya pada peran pemerintah untuk mengatasi masalah-masalah sosial dan lingkungan dapat menimbulkan berbagai implikasi buruk terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fanny Lestari (2010) yang menyatakan bahwa

CSR memiliki pengaruh terhadap ROA. Akan tetapi hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti (2011) yang berasumsi bahwa perusahaan dengan perilaku yang bertanggung jawab memiliki kelemahan kompetitif, karena mereka memiliki biaya yang tidak perlu. Biaya ini, berada langsung pada *bottom line* dan tentu akan mengurangi keuntungan pemegang saham dan kekayaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earning per Share (EPS)

Efektifitas perusahaan dapat diketahui melalui laba masa lalu perusahaan yang tercantum pada laporan keuangan. *Earning Per Share* (EPS) merupakan salah satu faktor yang penting bagi calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Kekuatan permintaan pasar atau *market demand*. seiring kian seriusnya isu-isu sosial dan lingkungan, investor dan kreditor akan kian sensitif terhadap isu-isu CSR. Mereka hanya mau menginvestasikan dananya dalam korporasi yang ramah CSR. Pemasok juga hanya mau memasok bahan baku atau produk jadi kepada korporasi yang ramah CSR. Konsumen juga hanya akan mau membeli barang/jasa dari korporasi yang ramah CSR. Alasannya, korporasi tersebut memiliki potensi risiko yang rendah dan punya prospek bisnis yang bagus (Andreas Lako 2011:75).

Pada penelitian ini, ternyata *Corporate Social Responsibility* yang diukur menggunakan Item Pengungkapan CSR (CSRI) menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan terhadap *Earning per Share* (EPS) sebesar $0,325 > 0,05$ yang berarti CSR tidak berpengaruh positif terhadap EPS, sehingga penerapan CSR di dalam perusahaan merupakan salah satu faktor yang tidak mempengaruhi EPS dengan baik.

Sebenarnya, pengorbanan korporasi untuk melaksanakan program-program CSR bukanlah suatu pengorbanan yang sia-sia. Komitmen dan keseriusan korpora-

si untuk menginternalisasi nilai-nilai CSR dalam formulasi strategi, kebijakan dan tindakan bisnis secara berkelanjutan justru akan menguntungkan korporasi di masa depan. Karena dari perspektif teori investasi, keputusan untuk membangun CSR merupakan suatu keputusan investasi untuk mendapatkan citra baik dari para *stakeholder* dan akan menempatkan korporasi hidup dalam lingkungan bisnis yang kondusif. Meskipun pada awalnya terjadi pembengkakan biaya dan penurunan laba, namun dalam jangka panjang keputusan itu akan mendatangkan keuntungan yang langgeng bagi korporasi (Andreas Lako, 2011:99).

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Dwi Ayu (2014), yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap EPS. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Wijayanto (2011), bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *earning per share*. Dengan demikian, H3 yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap EPS ditolak.

Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Pasar (Tobin's Q)

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya baik. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris. 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 Nurlela dan Islahuddin (2008).

Nilai perusahaan merupakan hal yang penting yang harus terus diperhatikan oleh perusahaan. Manajemen akan selalu berusaha untuk meningkatkan nilai peru-

sahaannya karena dengan nilai perusahaan yang semakin meningkat maka perusahaan juga akan meningkatkan kemakmuran para pemegang sahamnya dan perusahaan akan lebih memiliki kemudahan dalam mendapatkan pendanaan. Dengan begitu maka perusahaan akan dapat terus bersaing dan dapat terus bertahan di dalam persaingan pasar global yang seiring berjalannya waktu persaingan dirasa semakin ketat (Sawir, 2004: 101).

Pada penelitian ini, ternyata *Corporate Social Responsibility* yang diukur menggunakan Item Pengungkapan CSR (CSRI) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai pasar sebesar $0,009 < 0,05$ yang berarti CSR berpengaruh positif terhadap nilai pasar sehingga penerapan CSR di dalam perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai pasar yang baik.

Penelitian ini didukung dengan teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*), merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengkonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju.

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik. O'Donovan (2002) dalam Nor Hadi (2011: 87) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumberdaya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Miranty Nurhayati (2012), *corporate social responsibility* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Leni Nur Anisa (2015), semakin luas jangkauan tanggung jawab sosial perusahaan tentunya

akan memberikan lonjakan volume perdagangan saham perusahaan, karena mengisyaratkan bahwa perusahaan menaruh perhatian yang besar terhadap lingkungan dan memiliki empati sosial yang tinggi kepada masyarakat. Sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 48 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan mengikuti PROPER pada tahun 2011-2013.

Dari hasil analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA)
2. *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Earning per Share* (EPS)
3. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Pasar (Tobin's Q)

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang diharapkan dapat memberikan arahan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan topik serupa. Keterbatasan-keterbatasan penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel Independen dan tiga variabel Dependen, sementara jika variabel Independen diperbanyak kembali maka dapat mempengaruhi besarnya tingkat signifikansi.
2. Periode waktu dalam penelitian ini menggunakan 3 tahun, dinilai terlalu pendek sehingga masih kurang optimal.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada sektor perusahaan manufaktur di Bur-

sa Efek Indonesia, sehingga hasil penelitian kurang dapat digeneralisasi pada kasus-kasus perusahaan lain atau sektor lain di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan hasil pembahasan, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian berikutnya variabel *corporate social responsibility* dapat dijadikan sebagai variabel terikat.
2. Periode waktu yang digunakan selama tiga tahun masih terlalu singkat. Untuk peneliti selanjutnya dapat menambah periode waktu yang lebih lama agar hasil penelitian lebih akurat dan dapat

menggambarkan keadaan secara menyeluruh perusahaan manufaktur.

3. Penelitian berikutnya diharapkan melakukan penelitian pada semua sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sehingga mampu menggambarkan secara keseluruhan.
4. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperbanyak variabel, dengan menambah semua rasio keuangan.

DAFTAR RUJUKAN

- Athanasia, Smprini V dan Ouzuomi F. Maria. 2010. *Financial Performance and Corporate Social Responsibility: An Empirical Investigation in the Banking Industry International*. International Hellenic University.
- Andreas Lako, 2011. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta.
- Brigham dan Houston, 2006. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Ghozali, Imam, dan Anis Chairi. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Undip
- James C, Van Horne dan John M. Wachowicz. 2005. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi Keduabelas. Jakarta: Salemba Empat.
- Jurokhani, 2011. *Hubungan Corporate Social Responsibility dengan Kinerja Keuangan Perusahaan Go Public Periode 2008 – 2011*. Skripsi Sarjana tak diterbitkan, STIE Perbanas Surabaya.
- Kasmir, 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Nor Hadi, 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Nurhayati, Miranty dan Henny Medyawati. 2012. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Dalam LQ45 Pada Tahun 2009-2011. *Jurnal Universitas Gunadarma*.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Presentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak*.
- Rovita, Ingg Dewi. 2014. Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Sektor Pertambangan Yang Terdaftar DI Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 17 No. 1.
- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. Pengaruh *Corporate Governance* pada Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto 2010*.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. "Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Perusahaan".

Makalah disampaikan pada
Simposium Nasional Akuntansi VI,
Surabaya.

Untung, Budi. 2014. *CSR Dalam Dunia
Bisnis*. Yogyakarta : ANDI

Urip, Sri. 2010. *Strategi CSR: Untuk
Peningkatan Daya Saing
perusahaan di Pasar Negara
Berkembang*. Cetakan Pertama.
Jakarta : Literati Imprint.

Wijayanti, Feb Tri., Sutaryo dan
Muhammad Agung Prabowo, 2011.
Pengaruh Corporate Social
responsibility Terhadap Kinerja
Keuangan Perusahaan. Universitas
Syiah Kuala Banda Aceh:
Simposium Nasional Akuntansi *VIV*.