

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA KINERJA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

I Gede Aditya Pramana¹
I Ketut Yadnyana²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia
e-mail: pramana960@gmail.com / Tlp. +6281239179081

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia

ABSTRAK

Implementasi tanggung jawab sosial sudah banyak diterapkan pada berbagai jenis perusahaan termasuk pada perusahaan manufaktur yang berbasis *profit*. Hal ini disebabkan karena implementasi CSR mampu mempengaruhi kinerja perusahaan. Sebanyak 55 perusahaan manufaktur dijadikan sebagai sampel. Dengan analisis regresi linier sederhana diketahui bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return on assets* (ROA) dan pada *cumulative abnormal return* (CAR). Artinya pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan akan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan dan kinerja pasar perusahaan. Lewat aktivitas sosial perusahaan ini yang akan membuat nama perusahaan bisa menjadi besar dimata masyarakat luas.

Kata kunci : *CSR, ROA, CAR.*

ABSTRACT

Implementation of social responsibility (CSR) has been widely applied to various types of companies, including the non-profit corporation. This is because the implementation of CSR is able to affect the company's performance. This research in on companies on the Stock Exchange period 2011-2013. Samples were taken deliberately so as much as 55 used as a sample. With a simple linear regression analysis obtained results of this study as follows, CSR disclosed significant impact on the return on assets (ROA) and the cumulative abnormal return (CAR). It means that CSR disclosure by the company will provide a positive and significant effects on the company's financial performances & the performance enterprise market. This means that with the pengungkapan CSR company, then chances, respon positively by investors and many investors who invest in the company that led to the increased performance of the company.

Keywords: *CSR, ROA, CAR*

PENDAHULUAN

Peningkatan pertumbuhan perusahaan di bidang ekonomi tidak terlepas dari para pemilik modal yang menanamkan modalnya diperusahaan. Perusahaan sebaiknya

memperhatikan para *stakeholder* dalam kegiatan bisnis yang dilakukan. *Stakeholders* dalam hal ini yaitu karyawan, masyarakat, pemerintah, dan pelanggan. Untuk menjaga keselarasan antar sesama maka perlu dilakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR memiliki arti yaitu wujud nyata kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan tersebut secara berkala dan terus-menerus. Perusahaan hendaknya melakukan tanggung jawab sosial secara teratur agar timbal balik yang yang didapatkan selaras (Yaparto dkk., 2013).

Munculnya wacana CSR dipasar negara berkembang saat ini didorong oleh faktor eksternal dan internal diantaranya masyarakat dan lingkungan. Tanggung jawab sosial baik dilakukan bagi perusahaan dimana untuk menumbuhkan rasa percaya kepada masyarakat dan investor khususnya. Kegiatan – kegiatan sosial yang akan dilakukan pastinya akan berdampak kepada perusahaan baik sekarang dan nanti pada masa yang akan datang (Yaparto dkk., 2013). Kedepannya perusahaan seharusnya memikirkan kepuasan kepada msyarakat dan tidak hanya mementingkan keuntungan semata. Kegiatan sosial juga akan membawa nama perusahaan dapat menjadi terkenal dan diingat oleh masyarakat luas nantinya. Berdasarkan dengan keterkaitan CSR sebagai wujud perusahaan dalam mencapai tujuannya, maka CSR berkaitan erat dengan pembangunan perusahaan secara berkelanjutan.

Perusahaan harus bisa mengendalikan setiap karyawanya dalam melakukan pekerjaannya dan bisa mengatasi masalah dalam pekerjaan yang akan dihadapi nantinya. Sebuah persentase akan kepemilikan manajemen berpengaruh pada kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan *information*. Kondisi ekonomi yang

berubah juga akan membawa dampak besar bagi kinerja perusahaan. Apalagi jika perubahan ekonomi yang besar tentunya perusahaan akan kelabakan dalam mengendalikan dan mengontrol jalannya kegiatan perusahaan. Kebijakan yang berubah dan sistem pun berubah, ini berakibat akan membawa perubahan pada kinerja perusahaan. Dengan adanya berbagai perusahaan luar masuk ke dalam pasar dalam negeri ini berakibat perusahaan dalam negeri untuk semakin memperbaiki *value* dan *performance* untuk dapat mengatasi adanya persaingan yang kuat (Cahyono, 2011).

Pelestarian lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi isu yang semakin relevan dalam konteks ekonomi sekarang ini. Perilaku eksploitatif yang ditunjukkan dalam pemanfaatan sumber daya alam dan kurangnya tanggung jawab terhadap lingkungan telah mengancam keberlanjutan ketersediaan bahan baku dan energi, serta memicu masalah sosial, lingkungan dan konflik ketenagakerjaan yang semakin berat (Dahlia dkk., 2008). Dewasa ini CSR semakin banyak diperbincangkan, baik oleh korporasi, birokrasi, dan kelompok-kelompok masyarakat atau Lembaga Sosial Masyarakat (LSM). *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah komitmen untuk mensejahterakan masyarakat dan lingkungan melalui praktik bisnis yang dilakukan oleh organisasi.

Perusahaan manufaktur di Indonesia masih berfokus atau berorientasi pada *profit* tanpa memperhatikan tanggung jawab sosialnya. Seiring perubahan *global*, perusahaan mulai melaksanakan CSR walaupun masih dalam lingkup yang sempit. CSR menjadi sebuah alat yang memberi kesempatan bagi perusahaan untuk

melengkapi keterbatasan sumber daya yang dimiliki pemerintah yang secara konvensional berperan dalam mensejahterakan secara nasional. Perusahaan sudah seharusnya memiliki tanggung jawab pada lingkungan, masyarakat, konsumen, pemegang saham dan sebagainya dalam operasional perusahaan. Oleh karena itu perusahaan menerapkan konsep CSR dalam praktiknya. Perusahaan di Indonesia telah mulai menerapkan konsep CSR ini walau dalam lingkup yang masih sempit. Tanggung jawab perusahaan dalam konsep CSR tidak hanya meliputi lingkungan perusahaan, namun CSR memiliki bidang dan gagasan yang cukup luas mengenai etika serta keberlanjutan ditingkat pasar dan lokal. Masyarakat yang demokratis, CSR digunakan sebagai pelindung citra perusahaan, dimana perusahaan bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan dengan menciptakan etika bisnis berkelanjutan. Artinya dari masa ke masa perkembangan perusahaan akan dipengaruhi oleh CSR. Kedepannya perusahaan akan sangat perlu memperhatikan CSR secara benar agar implementasi nya bisa dirasakan secara langsung oleh perusahaan dan juga masyarakat luas. Artinya untuk jangka panjang CSR akan sangat berdampak banyak kepada perusahaan (Cahyono, 2011).

Dalam mencapai tujuan perusahaan perlu adanya sinergi antara hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat, karyawan dan investor tentunya. Aktivitas yang bisa dilakukan dengan cara berinteraksi dengan lingkungan, sebab lingkungan memberikan kontribusi bagi perusahaan dan kesejahteraan sosial. Perusahaan yang mengadopsi strategi lingkungan dan memanfaatkan kemampuan hijau bisa mendapatkan keuntungan yang kompetitif (Cahyono, 2011). Masyarakat

juga berharap kepada perusahaan untuk bisa mengerti pentingnya saling menghargai dan membutuhkan sama lain. Maka dari itu sama - sama harus dapat memanfaatkan dan mengelola sumber daya lingkungan untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Ada hal-hal yang mempengaruhi perusahaan baik secara langsung ataupun tidak langsung, seperti para *stakeholders* (karyawan, masyarakat dan investor).

Citra yang buruk akan merugikan perusahaan, sebaliknya citra yang baik dari suatu organisasi akan memberikan dampak yang positif dan menguntungkan. Citra atau reputasi positif akan menjadi aset yang sangat berharga dan sulit ditiru. Sebab yang namanya citra perusahaan merupakan penilaian dari berbagai faktor oleh setiap individu-individu atas apa yang telah dilakukan perusahaan dan manfaat yang dilakukan yang didapat masyarakat dapat dirasakan dengan baik sehingga menimbulkan rasa saling percaya. Citra perusahaan merupakan suatu respon konsumen terhadap keseluruhan penawaran dan telah ditetapkan sebagai kepercayaan, gagasan, dan kesan masyarakat terhadap sebuah organisasi. Setiap organisasi memiliki citra tergantung dari orang yang memandangnya, baik itu citra positif maupun negatif. Citra memiliki arti yaitu suatu sudut pandang seseorang terhadap suatu hal. Memiliki citra yang baik bagi suatu perusahaan sangat akan berdampak bagi keberlangsungan jalanya kegiatan perusahaan.

Dewasa ini banyak perusahaan sengaja mengkomunikasikan bagaimana mereka mengintegrasikan keberlanjutan dalam praktek bisnis mereka dan fungsi pemasaran merupakan pusat kemampuan mereka untuk melakukannya. Perusahaan

yang menerapkan CSR dan berlandaskan kesadaran lingkungan akan memberikan dampak positif bagi keberlangsungan perusahaan. Dengan melakukan aktivitas – aktivitas berkaitan dengan tanggung jawab sosial bagi perusahaan akan berdampak baik bagi citra perusahaan. Dalam penelitian Octavia, dkk., (2014) menyatakan Perusahaan menerapkan CSR yang berbasis sadar lingkungan, maka dapat memperkuat *corporate image* perusahaan tersebut. Perlindungan terhadap lingkungan sangat berperan dalam pengembangan citra perusahaan.

Setiap perusahaan tidak harus hanya memperhatikan keuntungan materi bagi perusahaan saja. Setidaknya perusahaan harus memberi timbal balik juga bagi eksternal perusahaan baik kepada masyarakat dan juga lingkungan perusahaan tersebut beroperasi. Atas keterkaitan tersebut dapat dijelaskan berdasarkan dari teori signal. Teori signal sendiri memberi penjelasan dimana perusahaan hendaknya melakukan hubungan timbal balik kepada pihak eksternal perusahaan secara merata dan baik, sehingga manfaat yang didapat dapat dirasakan juga secara bersama-sama. Dimana teori signal menjelaskan akan pentingnya sebuah informasi yang merata antar atasan dan bawahan pada suatu perusahaan (Nejati, 2011). Informasi yang merata akan membawa keselarasan dalam bekerja karena dengan mendapatkan informasi yang sama maka karyawan dan masyarakat tidak akan salah paham nantinya satu sama lainnya.

Signaling Theory dalam hubungannya dengan CSR yaitu menjelaskan bagaimana seharusnya sinyal-sinyal keberhasilan atau kegagalan manajemen (*agent*) disampaikan kepada pemilik modal (*principle*). Penyampaian laporan keuangan ini

dapat dianggap sebagai sinyal, yang berarti bahwa apakah karyawan telah berbuat sesuai dengan pekerjaannya serta apakah telah melaksanakan kegiatan-kegiatan sosial yang memberi manfaat tentunya kepada perusahaan dan lingkungan sekitar. Teori sinyal juga memprediksikan bahwa pengumuman efek pada harga saham dan kenaikan deviden adalah positif (Nejati, 2011). *Signaling Theory* sendiri menyatakan dimana sebuah informasi perusahaan hendaknya juga dapat diberitakan kepada pihak eksternal seperti pemberitahuan laporan keuangan sehingga terjadi asimetri informasi antara perusahaan dan masyarakat. Pelaksanaan CSR berkaitan erat dengan yang namanya keselarasan informasi. Artinya perusahaan dalam hal ini melaporkan kinerjanya dari hasil laporan yang dipublikasikan. Laporan yang dihasilkan tersebut harus sesuai dengan kenyataan, maka informasi yang didapat masyarakat akan sesuai dengan yang dimiliki perusahaan. Jadi hal terpenting dalam teori ini adalah keselarasan informasi yang disampaikan dan yang diterima agar informasi yang disampaikan dapat dipastikan suatu kebenarannya (Nejati, 2011). Dalam hal ini manajemen mempunyai peranan penting dalam menghubungkan antar atasan dan bawahan dalam memberikan suatu informasi baik yang bersifat intern dan eksternal perusahaan.

Manajer memahami isu-isu lingkungan tergantung pada permintaan dari berbagai kebutuhan *stakeholders*. Perusahaan harus bisa memahami setiap aktivitas sosial yang dilakukan karena dampak dari kegiatan tersebut akan mempengaruhi kegiatan selanjutnya perusahaan. Atas dasar teori mengenai *stakeholders* yaitu

berdasarkan teori *stakeholders* secara keseluruhan menjelaskan terdapat banyak aliran yang menekankan unsur-unsur yang berbeda dari manajemen *stakeholders*, yang masing-masing mempengaruhi alam identifikasi pemangku kepentingan. Perusahaan menjalankan CSR untuk mempertahankan reputasi mereka (Nejati, 2011). Keberadaan perusahaan yang ditujukan untuk meningkatkan nilai bagi *shareholders*, seperti meningkatkan keuntungan, harga saham, pembayaran dividen, dan lainnya. Keuntungan juga merupakan salah satu tujuan utama setiap perusahaan karena keuntungan tersebut merupakan penghasilan yang dapat digunakan untuk keberlangsungan masa depan perusahaan. Keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan harus bisa dikelola secara baik. Salah satunya menganggarkan beberapa keuntungannya yang diperoleh untuk kepentingan sosial. Dalam hal ini perusahaan harus memperhatikan lingkungan sekitar dan juga masyarakat sekitar. Masyarakat adalah bagian *stakeholders* yang memiliki pengaruh besar terhadap keberadaan perusahaan. Jika perusahaan bisa melakukan kegiatan sosial maka merupakan nilai lebih dimata masyarakat (Nejati, 2011). Apabila perusahaan terus-menerus memperhatikan kegiatan sosial maka perusahaan akan dapat mencapai perkembangan serta pembangunan berkelanjutan. Hal ini disebabkan karena citra perusahaan dimata masyarakat positif maka masyarakat akan peduli juga terhadap keberlangsungan perusahaan kedepannya.

Lingkungan sebuah perusahaan juga mempengaruhi kinerja suatu perusahaan. Lingkungan perusahaan perlu mendapat perhatian khusus bagi manajemen. Ini yang dinamakan hubungan saling terikat dan mempengaruhi yang

dikenal dengan teori signal (Dahlia dkk., 2008). Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada para pemilik saham (*shareholder*) namun kini telah meluas yaitu sampai pada wilayah masyarakat sosial yaitu (*stakeholder*) dengan melihat faktor-faktor sosial (*sosial dimentions*), sehingga dari sinilah muncul istilah tanggung jawab sosial, (*sosial responsibility*).

Pentingnya peran *Corporate Social Responsibility* dalam membangun perusahaan secara berkelanjutan saat ini dirasakan penting oleh pelaku bisnis dan pendidik. Pernyataan Nejadi, *et al.*, (2011) yang mengatakan bahwa ada minat yang tumbuh antara akademis dan pelaku bisnis dalam membangun perusahaan secara berkelanjutan dengan menerapkan sistem CSR didalam suatu perusahaan. Selama dekade terakhir atau bahkan lebih CSR menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan praktik bisnis. Banyak perusahaan mendedikasikan sebuah bagian laporan tahunan mereka dan situs web perusahaan untuk kegiatan CSR untuk menggambarkan pentingnya melampirkan kegiatan CSR yang telah dilakukan. CSR sebagai tolak ukur rasa percaya bagi masyarakat pada perusahaan serta sebagai aksi nyata perusahaan akan tanggung jawab secara sosial di masyarakat. Jika pelaksanaan tanggung jawab sosial yang baik perusahaan akan mendapatkan suatu penghargaan tersendiri yaitu berupa nama baik dimata investor khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan memfokuskan pada perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur sangat banyak dan merupakan perusahaan besar. Data laporan keuangan dapat dilihat pada website resmi BEI

sehingga peneliti sangat mudah mendapatkan data. BEI merupakan salah satu pusat perdagangan saham terbesar di Indonesia saat ini (Kemper dkk., 2012). Berbagai perusahaan ada di dalamnya dan dipantau oleh kementerian dan juga masyarakat luas tentunya.

Penelitian-penelitian sebelumnya tentang pengaruh CSR pada kinerja perusahaan telah dilakukan oleh Kemper dkk., (2012) menunjukkan pengaruh positif antara CSR pada Total Asset Turnover, dan CSR berpengaruh negatif pada ROA. Hasil yang berbeda terdapat dalam penelitian Dahlia dan Lelly (2008) yang menunjukkan pengaruh positif antara CSR pada ROE sebagai kinerja keuangan perusahaan dan CSR berpengaruh negatif pada CAR sebagai proksi kinerja pasar perusahaan. Hasil yang sama juga ditemukan pada penelitian Octavia dan Hermi (2014) menemukan bahwa CSR berpengaruh positif pada ROA sebagai proksi kinerja keuangan perusahaan dan berpengaruh negatif terhadap CAR sebagai proksi kinerja pasar perusahaan.

Penelitian ini dilakukan karena adanya hasil penelitian yang berbeda-beda dan dalam penelitian ini juga menggunakan data berupa laporan keuangan yang berbeda, yaitu tahun yang digunakan 2011-2013, sehingga penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar jika menggunakan periode penelitian yang lebih panjang.

METODE PENELITIAN

Dalam pelaksanaan penelitian ini meneliti berbagai jenis perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang berfokus pada perusahaan manufaktur. Penelitian ini berbentuk kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan studi pustaka. Variabel yang diteliti adalah pengaruh tanggung jawab (CSR) pada kinerja perusahaan. Sampel diambil secara melalui kriteria tertentu dengan tujuan agar data yang didapat sesuai nantinya.

Untuk kriteria-kriteria pemilihan sampel ini berdasarkan penelitian sebelumnya yang diambil dan kemudian digunakan untuk mendapatkan sampel yang sesuai. Berikut disajikan syarat-syarat pemilihan sampel dibawah ini.

Tabel 1.
Syarat - syarat Pengambilan Sampel

No.	Syarat
1	Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut untuk periode 2011-2013
2	Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan <i>annual report</i> secara berturut-turut terdaftar selama tahun 2011-2013
3	Perusahaan manufaktur yang tidak melaporkan informasi tanggung jawab sosial selama tahun 2011-2013
4	Perusahaan manufaktur yang tidak menyajikan laporan keuangan dengan mata uang rupiah selama tahun 2011-2013.

Sumber: Olah data, 2014

Tabel 1 menunjukkan data yang diteliti yaitu variabel terikat dan bebas tentunya dalam penelitian ini. Kinerja keuangan diukur dengan menggunakan return of asset (ROA). Suatu hasil kinerja berupa laporan keuangan perusahaan sangat

riskan sifatnya dalam menjalankan kegiatan perusahaan. Perusahaan yang besar memiliki hasil kerja dibidang keuangan yang sangat baik. Mengelola dan menjalankan kinerja yang yang baik dibidang keuangan sangat sulit dilakukan, ini perlu pengawasan dan proses yang ketat. Rumus perhitungan ROA sebagai berikut ini.

$$Return\ on\ Asset\ (ROA) = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total asset}} \dots\dots\dots(1)$$

Selanjutnya yang diukur yaitu kinerja pasar. Kinerja pasar ini diukur melalui *cumulative abnormal return* (CAR). Kinerja pasar yang dimaksudkan yaitu BEI dimana bursa efek indonesia ini mempunyai pengaruh besar bagi calon investor dalam melakukan beberapa perbandingan sebelum melakukan investor pada suatu perusahaan. Untuk mengukur dan membandingkan perusahaan melalui BEI dapat diketahui segala informasi mengenai keuangan dan hasil kerja perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

$$R_t = \frac{IHSI_t - IHSI_{t-1}}{IHSI_{t-1}} \dots\dots\dots(2)$$

$$R_{mt} = \frac{IHSIG_t - IHSIG_{t-1}}{IHSIG_{t-1}} \dots\dots\dots(3)$$

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt}$$

Untuk mendapatkan hasil yang tepat dalam menghitung CAR, perlu dilakukan perhitungan yang akurat berdasarkan data yang didapat. Berikut adalah rumus yang akan digunakan yaitu,

$$CAR_{it} = \sum_{a=t^3}^t ARi, a \quad \dots \dots \dots (4)$$

CAR_{it} : *Cumulative Abnormal Return*

Dengan melakukan perhitungan ini akan diketahui apakah perusahaan mengalami peningkatan atau penurunan kinerja. Hal ini berarti perusahaan harus memperhatikan keuangan dan kinerja karyawannya dalam menjalankan setiap tugas dan tanggungjawabnya. Jika ingin mengalami peningkatan demi meraup untung besar nantinya perusahaan hendaknya bisa merubah kebijakan perusahaan. Ini merupakan tugas dari manajemen dalam melakukan perubahan kebijakan-kebijakan tugas dan tanggungjawab dengan memperhatikan yang namanya hasil kerja karyawan, aspek ekonomi dan lingkungan perusahaan.

Perusahaan dalam menjalankan yang namanya tanggung jawab sosial perlu memperhatikan segala aspek, yaitu aspek ekonomi, aspek lingkungan dan aspek kepribadian setiap karyawan, sehingga dengan begitu dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Penelitian Yaparto, dkk., (2013) menemukan tidak berpengaruh signifikan CSR pada ROA, hasil yang sama ditunjukkan oleh penelitian

Cahyono (2011) tidak adanya pengaruh positif antara CSR pada kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan ROE, ini disebabkan oleh kondisi ekonomi Indonesia dan dunia yang sedang tidak stabil selama. Hal ini menyebabkan timbulnya fluktuasi nilai tukar mata uang asing, ketidakstabilan harga minyak, penurunan permintaan, penurunan pasar efek-efek, kenaikan suku bunga, likuiditas yang semakin ketat dan kenaikan risiko kredit yang pada akhirnya dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Richard dan Okoye (2013) dalam penelitiannya, menemukan adanya pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan ROA. Dalam penelitian Choi, et al., (2010), menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara CSR pada kinerja keuangan yang diukur dengan ROE dan ROA. Penelitian yang dilakukan sebelumnya tersebut juga menurut penelitian Octavia dan Hermi (2014) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dimana dalam penelitiannya kinerja perusahaan diprosikan ke dalam variabel ROA. Berikut hipotesis sementara yang dapat disimpulkan yaitu,

H₁ : Pengungkapan CSR berpengaruh positif pada kinerja keuangan perusahaan

Untuk kinerja pasar perusahaan dilihat juga berdasarkan laporan keuangan yang dipublikasikan ke BEI. Laporan ini dijadikan sebagai pedoman bagi investor dan masyarakat dalam menilai perusahaan nantinya. Maka perusahaan hendaknya selalu merencanakan dan memfasilitasi setiap bagian didalam suatu perusahaan dengan baik agar perusahaan dapat berjalan dengan semestinya dengan tidak hanya berpatokan pada keuntungan belaka. Untuk mengukur dan membandingkan

perusahaan melalui BEI dapat diketahui segala informasi mengenai keuangan dan hasil kerja perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Nejadi (2011) menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan dan positif antara tanggung jawab sosial perusahaan pada kinerja pasar perusahaan. Pernyataan ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Dahlia (2008) mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik dari periode ke periode dan sebaliknya jika perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang buruk maka akan muncul keraguan dari para investor terhadap perusahaan tersebut dan direspon negatif dengan fluktuasi harga saham perusahaan di pasar yang semakin menurun dari tahun ke tahun.

Suatu kinerja keuangan dan kinerja pasar ini memiliki pengaruh yang sama bagi perusahaan. Dilihat dari kinerja keuangan perusahaan berupa laporan keuangan yang menerangkan dimana kesehatan suatu perusahaan dan dapat memberitahukan dimana posisi suatu perusahaan berada. Penelitian Dahlia dan Siregar (2008) yang berjudul pengaruh *Corporate Social Responsibility* pada kinerja perusahaan, dalam penelitian Dahlia dan Siregar (2008) kinerja pasar yaitu CAR (*Cumulative Abnormal Return*) diukur menggunakan *adjusted model*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap *cumulative abnormal return* (CAR). Berikut hipotesis sementara yang didapat.

H₂ : Pengungkapan CSR berpengaruh positif pada kinerja pasar perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis sampel dengan menggunakan *purposive sampling* pada Tabel 2 menunjukkan bahwa terdapat 55 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang layak digunakan sebagai sampel penelitian. Periode pengamatan adalah selama 3 tahun, sehingga total pengamatan adalah 165 unit pengamatan.

Hasil uji deskriptif dari masing-masing variabel. Hasil perhitungan *corporate social responsibility* (CSR), dan *Return On Assets* (ROA) dan *Cumulative Abnormal Return* (CAR).

Tabel 2.
Output Sampel Yang Digunakan

No.	Keterangan	Total
1.	Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut untuk periode 2011-2013	141
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan <i>annual report</i> secara berturut-turut terdaftar selama tahun 2011-2013	(48)
3.	Perusahaan manufaktur yang tidak melaporkan informasi tanggung jawab sosial selama tahun 2011-2013	(21)
4.	Perusahaan manufaktur yang tidak menyajikan laporan keuangan dengan mata uang rupiah selama tahun 2011-2013	(17)
Total perusahaan		55

Sumber :www.BEI.co.id.

Hasil di bawah ini menunjukkan bahwa nilai minimum variabel CSR = 3,80, nilai maksimum = 13,92. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah terkecil *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah 3,80 dan rata-rata adalah 7,8552, standar deviasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebesar 2,51889. Nilai minimum untuk

Return On Assets (ROA) adalah -75,58, nilai maksimum adalah 65,93. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah terkecil *Return On Assets* (ROA) pada perusahaan sampel adalah -75,58, dan jumlah ROA yang tertinggi adalah 65,93, dengan rata-rata sebesar 8,0643, dan standar deviasi untuk *Return On Assets* (ROA) adalah sebesar 11,82950. Nilai minimum untuk *Cumulative Abnormal Return* (CAR) adalah -0,10, nilai maksimum adalah 0,16. Hal ini menunjukkan jumlah terkecil CAR pada perusahaan sampel adalah -0,10, dan yang jumlah CAR tertinggi adalah 0,16, dengan rata-rata sebesar 0,0079, dan standar deviasi untuk *Cumulative Abnormal Return* (CAR) adalah sebesar 0,04753.

Tabel 3.
Output Pengujian Statistik Deskriptif CSR, ROA, dan CAR

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	165	3.80	13.92	7.8552	2.51889
ROA	165	-75.58	65.93	8.0643	11.82950
CAR	165	-.10	.16	.0079	.04753
Valid N (listwise)	165				

Sumber : Olah Data, 2014

Berikut ini uji selanjutnya juga sangat penting bagi hasil penelitian ini yaitu dilakukan uji untuk mengatuhi variabel ROA dan CAR. Pengujian asumsi klasik dilakukan sebelum menggunakan model regresi linier berganda dalam menguji hipotesis. Pengujian asumsi klasik dimaksudkan agar regresi yang diperoleh dari

metode kuadrat terkecil nantinya menghasilkan penaksiran bias linear terbaik sehingga hasil perhitungan dapat diinterpretasikan dengan efisiensi dan akurat.

Tabel 4.
Output Normalitas ROA

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		165
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	11.61046370
Most Extreme Differences	Absolute	.144
	Positive	.140
	Negative	-.144
Kolmogorov-Smirnov Z		0.844
Asymp. Sig. (2-tailed)		.122

Sumber : Olah Data, 2014

Berdasarkan Tabel 4 uji normalitas diketahui nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* 0,844 dengan signifikansi sebesar 0,122. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh data telah berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu $0,122 > 0,05$.

Tabel 5.
Output Normalitas CAR

Model		Unstandardized Residual
N		165
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.32932586
Most Extreme Differences	Absolute	.269
	Positive	.269
	Negative	-.154
Kolmogorov-Smirnov Z		0.450
Asymp. Sig. (2-tailed)		.090

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Olah Data, 2014

Berdasarkan Tabel 5 diketahui nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* 0,450 dengan signifikansi sebesar 0,090. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh data telah berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu $0,090 > 0,05$.

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier mempunyai korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Pengujian autokorelasi dilakukan dengan uji *Durbin-Watson*. Apabila $du < dw < (4 - du)$ maka dinyatakan tidak terjadi autokorelasi. Hasil autokorelasi dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini. Tabel 6 ditunjukkan bahwa nilai dari dw sebesar 1,838, dimana nilai tersebut baik adanya.

Tabel 6.
Output Pengujian Autokorelasi ROA

Model Summary ^b	
Model	Durbin-Watson
1	1.838 ^a

a. Predictors: (Constant), CSR
 b. Dependent Variable: ROA

Sumber: Olah Data, 2014

Berdasarkan Tabel 7 ditunjukkan bahwa nilai dari d_w sebesar 1,840, dimana nilai tersebut baik adanya.

Tabel 7.
Output Pengujian Autokorelasi CAR

Model Summary ^b	
Model	Durbin-Watson

1	1.840 ^a
a. Predictors: (Constant), CSR	
b. Dependent Variable: CAR	

Sumber: Olah Data, 2014

Tahap berikutnya dapat dilihat pada Tabel 8 dibawah ini. Bila nilai signifikansi variabel bebasnya terhadap nilai *absolute residual* statistik $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser*. Hasil Tabel 8 menunjukkan nilai signifikan $> 0,05$ artinya pada model regresi tidak terjadi gejala yang tidak normal. Maka data dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Tabel 8.
Output Pengujian Heteroskedastisitas ROA

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardize d Coefficients		Sig.	
			B	Beta		T
1	(Constant)	7.976	2.412		3.306	.001
	CSR	-.153	.293	-.041	-.523	.602

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Sumber: Olah Data, 2014

Hasil Tabel 9 menunjukkan nilai signifikan $> 0,05$ artinya pada model regresi tidak terjadi gejala yang tidak normal. Maka data dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya. Hasil uji normalitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas bahwa data yang dikumpulkan sudah terdistribusi secara baik, sehingga dapat dilanjutkan sebagai data penelitian .

Tabel 9.
Output Pengujian Heteroskedastisitas CAR

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.183	.052		-3.522	.001
	CSR	.052	.006	.542	1.137	.098

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Sumber: Olah Data, 2014

Selanjutnya dilakukan Analisis regresi (*simple regression analysis*) untuk mengetahui pengaruh antara CSR pada ROA perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013.

Tabel 10.
Output Pengujian Hipotesis ROA

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.998	2.977		.335	.738
	CSR	.900	.361	.192	2.492	.014

a. Dependent Variable: ROA

Sumber : Olah Data, 2014

Berikut persamaan regresi pertama pengaruh antara CSR dan ROA yang didapatkan. $\beta_1 = + 0,900$, menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap ROA. Artinya apabila CSR meningkat, maka keputusan ROA pun akan ikut meningkat.

Tabel 11.
Output Pengujian Hipotesis CAR

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.181	.084		-2.143	.034
CSR	.042	.010	.308	4.133	.000

a. Dependent Variable: CAR

Sumber: Olah Data, 2014

Berdasarkan hasil uji hipotesis Tabel 10 dan Tabel 11 diketahui nilai CSR = 0,900 dan nilai t hitung = 2,492 dengan signifikansi 0,014 yang nilai signifikansinya > tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 atau p - value 0,014 < 0,05. Artinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memberikan pengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Sehingga H_1 : CSR berpengaruh positif pada kinerja keuangan perusahaan diterima. Dapat disimpulkan bahwa aktivitas dari berbagai kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan mengakibatkan *stakeholder* memberikan nilai positif pada perusahaan, sehingga berdampak positif juga kepada intern perusahaan serta kinerja keuangan perusahaan akan meningkat. Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Richard dan Okoye (2013) dan oktavia dan hermi (2014).

Untuk H_2 diketahui nilai koefisien regresi CSR = 0,042 dan nilai t hitung = 4,133 dengan signifikansi 0,000 yang nilai signifikansinya < tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05. Melalui hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa CSR juga memberikan pengaruh positif terhadap kinerja pasar suatu perusahaan. Sehingga H_2 : CSR berpengaruh positif pada kinerja pasar perusahaan diterima. Artinya perusahaan

yang melakukan pengungkapan CSR yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik dari periode ke periode. Penelitian ini berbeda dengan penelitian Cahyono (2011), Oktavia dan Hermi (2014) yang mengatakan bahwa tidak adanya pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja pasar perusahaan. Hasil yang berbeda dikarenakan jangka waktu penelitiannya berbeda, kondisi ekonomi yang berbeda dari tahun sebelumnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari pembahasan tersebut dapat di simpulkan yaitu, CSR berpengaruh signifikan pada kinerja keuangan perusahaan dan CSR berpengaruh signifikan kinerja pasar perusahaan. Artinya kinerja keuangan dan kinerja pasar ini memiliki pengaruh yang sama bagi perusahaan. Dilihat dari kinerja keuangan perusahaan berupa laporan keuangan yang menerangkan dimana kesehatan suatu perusahaan dan dapat memberitahukan dimana posisi suatu perusahaan berada. Yang dimaksudkan yaitu apakah perusahaan mengalami laba atau kerugian jika diteliti untuk kedepannya. Untuk kinerja pasar perusahaan dilihat juga berdasarkan laporan keuangan yang dipublikasikan ke BEI. Laporan ini dijadikan sebagai pedoman bagi investor dan masyarakat dalam menilai perusahaan nantinya. Maka perusahaan hendaknya selalu merencanakan dan memfasilitasi setiap bagian didalam suatu perusahaan dengan baik agar perusahaan dapat berjalan dengan semestinya dengan tidak hanya berpatokan pada keuntungan belaka.

Berikutnya dalam melakukan penelitian kedepan mengenai CSR ini baiknya mengadopsi penelitian yang sudah ada, dikembangkan lagi mengenai variabel yang digunakan serta dapat mengembangkan ruang lingkup perusahaan yang digunakan perusahaan dan juga tahun pelaporan keuangannya.

REFERENSI

- Budiarto, Arif dan Baridwan, Zaki. 1999. Pengaruh Dari Pengumuman Right Issue Pada Tingkat Keuntungan dan Likuiditas Saham Periode 1994-1996, *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* , 2 (1), hal :91-116.
- Cahyono, Budi, 2011. Analisis Pengaruh CSR Pada Kinerja Perusahaan dengan Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Dahlia, Lelly, & Sylvia V. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Kinerja Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*.
- Howard, M. 2014. The Effects of CSR in Corporate Banking International, *Journal International Buiness*. 8 (4), pp:39-58
- Kemper, J., Schilke, O., Reimann, M., Wang X., and Brettel, M. 2012. Competition-Motivated *Corporate Social Responsibility*. *Journal of Business Research, Forthcoming*, 2 (4) .pp: 34-56
- Mulyadi, S.M., & Anwar,Y. 2012. The Impacted of “*Corporate Social Responsibility*” Toward Firm Value and Profitability. *Journal The Business Review Cambridge*, 19 (2), pp:316-322.
- Nejati, Shafaei, Salamzadesh, Y., & Darai. 2011. It’s CSR & Universities: A Study of Top 10 World Universities?. *Businesss Managemenst Journal*, 5 (2), pp :440-447.
- Octavia, Helen dan Hermi 2014. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat di Bursa Efel Indonesia Pada Tahun 2010 dan 2011). *Jurnal ekonomi*, 1(1), hal:41-49.

- Uadiale, Olayinka Marte and Fagbemi Temitope Olamide. 2012. *Corporate Social Responsibility* and Financial Performance in Developing Economies: The Nigerian Experience. *Journal of Economics and Sustainable Development*. 3 (4), pp:45-54.
- Yaparto, M., Frisko, dan D., Eriandani, R. 2013. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2 (1), hal:1-19.