

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Trida

trida.trida@ubd.ac.id

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Pengaruh CSR terhadap nilai Kinerja keuangan Perusahaan (2). Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan periode tahun 2016-2020 dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Terdapat 41 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Teknik analisis data meliputi (1) Statistik deskriptif (2) Uji Asumsi Klasik : Normalitas, Multikolinieritas, Autokorelasi (3) Pengujian Hipotesis menggunakan metode analisis MANOVA (*Multivariat Analisis of Variant*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap ROE (*Return on Equity*).

Hasil dari pengujian hipotesis ke dua menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap ROA (*Return on Asset*).

Hasil dari pengujian hipotesis ke tiga menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap ROS (*Return on Sales*).

Kata kunci: *CSR, ROE, ROA, ROS*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Pemerintah negara Indonesia yang sadar akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan, menerbitkan UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya pasal 74 ayat 1 yang menyatakan bahwa, Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang sumber daya alam dan bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Dan UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan hidup (UU PPLH), pembangunan berkelanjutan merupakan pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengurangi kemampuan generasi yang akan datang. (Rosiliana *et al*, 2014).

Corporate Social Responsibility dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Jadi masyarakat akan berkeinginan untuk membeli produk perusahaan. Semakin laku produk perusahaan di pasaran maka laba (*profit*) yang dapat dihasilkan perusahaan akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya *profit* akan dapat menarik investor, karena profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya (Kusumadilaga, 2010). Hal ini akan secara signifikan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

ROE (*Return on Equity*) merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan modal sendiri. Rasio ROE (*Return on Equity*) menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, begitu juga sebaliknya (Kasmir, 2015).

ROA (*Return On Asset*) merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan labal (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang evektifitas manajemen dalam mengellola investasinya (Kasmir, 2015).

ROS (*Return on Sales*) yang bisa juga disebut dengan *net profit margin* merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan magin laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih (Kasmir, 2015)

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengambil judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa

Efek Indonesia (BEI), untuk mengetahui dampak atau pengaruh dari *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dimana dalam penelitian ini kinerja keuangan diproyeksikan dengan ROA, ROE, ROS.

Rumusan Masalah

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka image perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat.

Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan dari uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap ROE (*Return on Equity*)?
2. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap ROA (*Return on Asset*)?
3. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap ROS (*Return on Sales*)?

Batasan Masalah

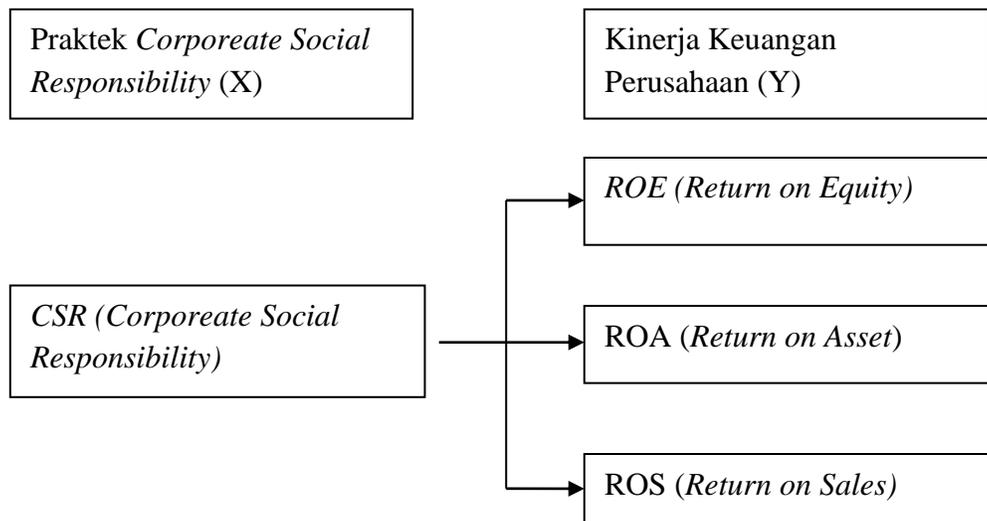
Agar penelitian ini lebih fokus, terarah dan tidak meluas peneliti membatasi masalah yang ada dalam tugas akhir ini. Adapun batasan-batasan tersebut adalah:

1. Hanya membahas pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada kinerja keuangan, tidak membahas faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan selain *Corporate Social Responsibility* (CSR)
2. Pedoman pelaporan keberlanjutan GRI G4 yang dipakai hanya pengungkapan standar khusus saja, tidak mencakup pengungkapan standar umum

3. Penelitian hanya dilakukan pada perusahaan sektor industri manufaktur yang terdaftar di BEI, tidak membahas perusahaan sektor industri lain.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dalam telaah pustaka, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

TINJAUAN PUSTAKA

Corporate Social Responsibility

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, CSR atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Sementara itu, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Hubungan Corporate Social Responsibility dengan Kinerja Keuangan

Perusahaan yang tidak melakukan CSR akan cenderung mendapatkan protes dan atau demo dari masyarakat yang dapat mengakibatkan terhentinya kegiatan operasional suatu perusahaan sehingga dapat menimbulkan kerugian, sebaliknya perusahaan yang melakukan CSR dengan baik dapat terhindar dari protes masyarakat sehingga perusahaan dapat terus beroperasi dengan efektif sehingga dapat mencapai tujuan profit keseluruhan. Peningkatan keuntungan perusahaan jelas berbanding lurus dengan peningkatan rasio rasio profitabilitas perusahaan yang terdiri *Return On Assets (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* dan *Return On Sales (ROS)* (Rahayu *et al*, 2014).

CSR dapat dilakukan dengan berbagai cara sebagai salah satu strategi untuk meminimalisir risiko dan meningkatkan profitabilitas. Pelaksanaan CSR memberikan banyak manfaat antara lain menurunkan biaya operasional perusahaan, meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar, menarik calon investor melalui citra positif yang tercipta dan lain sebagainya. Reputasi perusahaan menjadi perhatian penting bagi calon investor. Reputasi tersebut dapat dinilai dari profitabilitas perusahaan, sehingga reputasi perlu dijaga untuk mendukung keberlangsungan hidup perusahaan. Dengan melakukan kegiatan CSR diharapkan mampu mencapai tujuan utama perusahaan dalam mencari laba tanpa mengabaikan kepentingan stakeholders dan kelestarian lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab atas dampak yang telah ditimbulkan akibat kegiatan operasional perusahaan (Rosdwianti *et al*, 2016)

METODE PENELITIAN

Populasi Dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur periode 2016 – 2020 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yaitu tipe pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu.

Variabel Independen

Variabel independen dari penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari CSRI₁ , CSRI₂ dan CSRI₃ .

Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah dengan menilai setiap item yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan maupun laporan keberlanjutan. Dinilai 1 jika diungkapkan dan dinilai 0 apabila tidak diungkapkan. Kemudian nilai dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh besarnya nilai CSR secara keseluruhan dari suatu perusahaan.

Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kinerja Keuangan Perusahaan yang diproyeksikan melalui ROE (*Return on Equity*), ROA (*Return on Asset*) dan ROS (*Return on Sales*).

Definisi Operasional dan Metode Pengukuran Variabel

No	Variabel	Proxy	Pengukuran Skala
1.	Corporate Social Responsibility	$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Rasio
2.	Kinerja Perusahaan	$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$ $ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}}$ $ROS = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan}}$	Rasio Rasio Rasio

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Bagani akan dijelaskan atau dideskripsikan dari masing-masing data variabel penelitian pada tahun 2016 sampai dengan 2020 yang telah diolah dan dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi.

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
CSRI1	205	.8889	.0000	.8889	.177764	.1546492
CSRI2	205	.7353	.0000	.7353	.074881	.1164992
CSRI3	205	.4375	.0208	.4583	.065037	.0654591
ROE	205	1.3444	.0006	1.3450	.187670	.2141019
ROA	205	.4985	.0004	.4989	.107142	.0956588
ROS	205	.5075	.0012	.5087	.093614	.0881528
Valid N (listwise)	205					

Dari hasil pengujian statistik deskriptif yang tersaji pada tabel 4.1 menunjukkan kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang diukur dengan ROE (*Return On Equity*), ROA (*Return On Asset*) dan ROS (*Return On Sales*). Penelitian ini menggunakan 41 perusahaan manufaktur dengan periode pelaporan 5 tahun, oleh karena itu jumlah sampel penelitian ada sebanyak 205 sampel. Variabel independen CSR yang diukur dengan *Corporate Social Responsibility Index*₁ (CSRI₁) memiliki nilai minimum 0% dan nilai maksimum 88.89% dengan nilai rata-rata 17.78% dan standar deviasi 15.46%. CSRI₂ diperoleh nilai minimum 0% dan nilai masksimum 73.53% dengan nilai rata – rata 7.48% dan standar deviasi 11.65%. CSRI₃ diperoleh nilai minimum 2.08% dan nilai maksimum 45.83% dengan nilai rata – rata 6.50% dan standar deviasi 6.55%. Sedangkan inerja Keuangan yang diukur dengan variabel ROE memiliki nilai minimim 0.06%, nilai maksimum 134.50% dengan nilai rata-rata sebesar 18.77% dan standar deviasi 21.41% . Kinerja Keuangan yang diukur dengan variabel ROA memiliki nilai minimum 0.04% nilai maksimum 49.89% dengan nilai rata-rata sebesar 10.71% dan standar deviasi 9.57%. Kinerja

Keuangan yang diukur dengan variabel ROS memiliki nilai minimum 0.12% nilai maksimum 50.87% dengan nilai rata-rata sebesar 9.36% dan standar deviasi 8.82%.

Berdasarkan statistik deskripsi di atas dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI masih rendah. Hal tersebut dapat dilihat dari rata – rata pengungkapan per kategori ekonomi (9), lingkungan (34) dan sosial (48) masing masing hanya sebesar 17.78%, 7.48% dan 6.50%.

Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan model Kolmogorov Smirnov dengan alfa pengujian 5%. Kriteria pengujian adalah menerima hipotesis nol apabila *p-value* pengujian Kolmogorov Smirnov lebih besar daripada 5%.

Uji Multikolenieritas

Uji multikolenieritas data dilakukan dengan mengukur tingkat keeratan hubungan antar variabel independen melalui besaran koefisien korelasi. Kriteria pengujian adalah tidak terjadi multikolenieritas apabila : Nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi data dilakukan dengan menggunakan model Durbin Watson dengan alfa pengujian 5%. Kriteria pengujian adalah menerima hipotesis nol apabila *p-value* pengujian Durbin Watson lebih besar daripada 5%.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi multivariat, untuk mengetahui adakah pengaruh dari variabel independen terhadap variabel-variabel dependen. Uji Hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan bantuan dari program aplikasi pengolah data SPSS versi 18.

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 18 diperoleh hasil sebagai berikut: pada X_1 , X_2 dan X_3 , dapat dilihat bahwa angka sig. (signifikasi) yang diuji dengan prosedur Pillai's Trace, Wilk's Lambda, Hotelling's Trace dan Roy's Largest Root, semua prosedur menunjukkan angka signifikasi kurang dari alfa 5%. Kesemua prosedur tersebut menunjukkan angka signifikasi 0.000. Karena nilai signifikasi tersebut lebih kecil dari alfa

5%, maka Hipotesis null ditolak. Hal ini berarti CSRI₁, CSRI₂ dan CSRI₃ secara bersama – sama menunjukkan adanya pengaruh yang nyata terhadap ROA, ROE dan ROS.

Berdasarkan hasil olah data pada X₁ dapat nilai sig. ROE dan ROA adalah 0.000, nilai tersebut lebih kecil dari alfa 5% yang artinya H₀ ditolak. Namun pada variabel ROS nilai sig. menunjukkan angka 0.462, nilai tersebut jauh diatas alfa 5% yang artinya H₀ diterima. Pada X₂ nilai sig. ROE sebesar 0.000 nilai tersebut lebih kecil dari alfa 5% yang artinya H₀ ditolak. Namun pada variabel ROA dan ROS masing – masing menunjukkan nilai sig. sebesar 0.362 dan 0.653 nilai tersebut jauh diatas alfa 5% yang artinya H₀ diterima. Pada X₃, dapat dilihat bahwa angka sig. (signifikansi) ROE sebesar 0.000 dan nilai sig. ROA sebesar 0.008 nilai - nilai tersebut lebih kecil dari alfa 5% yang artinya H₀ ditolak. Namun pada variabel ROS nilai sig. menunjukkan angka 0.801 nilai tersebut jauh diatas alfa 5% yang artinya H₀ diterima.

Pembahasan

Pengaruh CSRI Terhadap ROE

Dari hasil uji dapat ditarik kesimpulan bahwa X₁, X₂ dan X₃ secara bersama – sama signifikan berpengaruh terhadap ROE, karena nilai sig. dari X₁, X₂ dan X₃ masing - masing sama yaitu sebesar 0.000, nilai sig. tersebut lebih kecil dari alfa 5% (0.05). Oleh karena itu H₀ ditolak dan H₁ yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap ROE pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia diterima. Hal ini berarti semakin tinggi aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi pula *Return on Equity* (ROE) yang diterima perusahaan.

Pengaruh CSRI Terhadap ROA

Dari hasil uji dapat ditarik kesimpulan bahwa X₁ signifikan berpengaruh terhadap ROA karena nilai sig. dari X₁ sebesar 0.000, nilai sig. tersebut lebih kecil dari alfa 5% (0.05). X₂ tidak berpengaruh terhadap ROA karena nilai sig. dari X₂ sebesar 0.362, nilai sig. tersebut lebih besar dari alfa 5% (0.05). Dan X₃ signifikan berpengaruh terhadap ROA karena nilai sig. dari X₃ sebesar 0.008, nilai sig. tersebut lebih kecil dari alfa 5% (0.05).

X₁ dan X₃ menunjukkan adanya pengaruh sedangkan X₂ menunjukkan tidak adanya pengaruh, maka jika ditarik kesimpulan secara keseluruhan CSRI berpengaruh terhadap *Return on Asset* (ROA) karena perbandingannya dua banding satu lebih besar yang berpengaruh. Oleh

karena itu H₀ ditolak dan H₂ yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap ROA pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia diterima. Hal ini berarti semakin tinggi aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi pula *Return on Equity* (ROA) yang diterima perusahaan.

Pengaruh CSRI Terhadap ROS

Dari hasil uji dapat ditarik kesimpulan bahwa X₁, X₂ dan X₃ secara bersama – sama menunjukkan tidak adanya pengaruh terhadap ROS. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai sig. masing – masing X₁, X₂ dan X₃ sebesar 0.462, 0.653 dan 0.801. Nilai sig. tersebut lebih besar dari alfa 5% (0.05), oleh karena itu H₀ diterima dan H₃ yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap ROS pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ditolak.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap ROE (*Return on Equity*).
2. Hasil dari pengujian hipotesis ke dua menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap ROA (*Return on Asset*).
3. Hasil dari pengujian hipotesis ke tiga menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap ROS (*Return on Sales*).

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya bisa lebih baik lagi.

1. Penelitian ini hanya menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel bebas dalam pengujian terhadap kinerja keuangan perusahaan.
2. Perusahaan yang menjadi sampel penelitian hanya dari sektor industri manufaktur yang berjumlah 41 perusahaan dengan periode pengamatan 2016-2022.
3. Pengukuran *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) dinilai secara subjektif, karena

setiap pembaca dapat menilai pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan dari sudut pandang yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir. (2015). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Purnaningsih, Deni. (2018). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan* “(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 - 2016). Skripsi. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Rahayu, Wwik; Darminto; Topowijono. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)/ Vol. 17 No. 2 Desember 2014*
- Rosiliana, Kadek; Yuniarta, Adi Gede; Darmawan, Nyoman Ari Surya. (2014). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan* (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2008- 2012). *E-Journal SI Ak Universitas Pendidikan Ganesha jurusan Akuntansi Program SI* (Volume 02 No. 1 Tahun 2014).
- V. Wiratna Sujarweni. (2018). *Metodologi Penelitian Bisniss dan Ekonomi*. Yogyakarta: Penerbit Pustakabarupress
- I Made Laut Mertha Jaya. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit Quadrant.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal
<http://idx.co.id>