

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN**

(Studi pada Perusahaan Kategori Pertambangan yang listing di Bursa Efek Indonesia  
tahun 2009-2011)

**RIZKI NUR RIZAL**

**200812050**

STIE Indonesia Banking School

**ABSTRACT**

*This research has the title “Influence of Corporate social responsibility Disclosure to financial company’s performance”. This research purpose to know the influence between the Corporate social responsibility Disclosure (CSR) of mining sector companies and their financial performance. This research using Return on asset (ROA), Return on equity (ROE), and Earning Per Share (EPS) as dimensions of financial company’s performance.*

*Independent variables used in this study is the Corporate social responsibility Index as a measure of the Corporate social responsibility disclosure, based on indicators from Global Reporting Initiative (GRI). The samples of this research is mining company listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) in the period 2009-2011 and company’s financial ratios derived from the annual report that has been published in 2009-2011. It is an empirical study using regression for the data analysis to know the influences between dependent and independent variable*

*Test results show that CSR disclosure have positive effect on Return On Asset and Return On Equity as a measure of financial performance, but CSR disclosure do not has positive effect on Earning Per Share as a measure of financial performance.*

**Keywords:** *Corporate social responsibility, Return on asset, Return on equity, earning per share.*

**I. PENDAHULUAN**

**1.1. Latar Belakang Masalah**

Perubahan di lingkungan yang sangat dinamis, baik yang dipicu oleh kekuatan eksternal maupun internal membuat para pelaku bisnis tidak hanya selalu mempunyai target untuk meningkatkan laba dan kinerja, tetapi juga harus peduli terhadap masalah masalah sosial yang berkembang saat ini. Semakin besar sebuah kekuasaan para pelaku bisnis maka akan membawa dampak yang signifikan terhadap kualitas kehidupan manusia, baik individu, masyarakat. Fenomena seperti itu telah membuat gagasan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate social responsibility* (CSR). Gagasan CSR menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan hanya sekedar aktivitas ekonomi yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*) demi kelanjutan perusahaan, namun juga tanggung jawab sosial termasuk lingkungan (Ardana, 2008).

*Corporate social responsibility* dapat diartikan sebagai komitmen industri dalam mempertanggung jawabkan dampak dari operasi dalam tiga dimensi yang berbeda, yaitu dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan dan juga dalam menjaga supaya operasi dapat memberikan manfaat

kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya (Tanudjaja, 2006). Pergeseran akuntansi konvensional yang dianggap sudah tidak bisa lagi mewakili masyarakat luas memaksa munculnya suatu konsep akuntansi, yaitu akuntansi pertanggung jawaban sosial (*Social Responsibility Accounting / SRA*). Pengimplementasian SRA dalam perusahaan itulah yang dikenal menjadi tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility / CSR*) dan disosialisasikan kepada publik melalui pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan (Veronica, Sumin, 2009).

Di Indonesia, pelaksanaan *Corporate social responsibility* telah diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 ayat 1 yang menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Beberapa penelitian mengenai pengaruh *Corporate social responsibility* dengan kinerja keuangan telah dilakukan, antara lain dilakukan oleh Indriana, et al. (2008) yang memperoleh hasil bahwa *Corporate social responsibility* (biaya) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Return on asset* dan *Return on equity* pada perusahaan BUMN yang mengimplementasikan *Corporate social responsibility*. Penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti, et. Al. (2011) mendapatkan hasil bahwa *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan *Return on asset*, namun berpengaruh signifikan terhadap *Return on equity* pada perusahaan manufaktur Bursa Efek Indonesia tahun 2009. Selain itu, penelitian Anwar (2011) memperoleh hasil bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap harga saham perusahaan property periode 2006-2008. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini menggunakan sampel perusahaan kategori pertambangan, yang secara langsung berhubungan dengan sumber daya alam sesuai dengan UUPT No. 74 Tahun 2007 dengan periode penelitian yang lebih panjang yaitu dari 2009 hingga 2011 sehingga dapat menggambarkan pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja perusahaan yang lebih terkini.

Reputasi perusahaan dalam industri pertambangan dan migas berbeda dengan industri lainnya secara umum. Dilihat dari aspek lingkungan dan hubungannya dengan komunitas lokal, citra industri tambang relatif “lebih buruk” dari industri lainnya (Yakoveleva, 2005) dalam Prayogo (2011). Hal ini terjadi karena eksploitasi sumber alam dan praktek lingkungan yang dilakukan oleh industri ini banyak bertentangan dengan tujuan pelestarian lingkungan dan kepentingan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, untuk membangun “citra baik” serta “relasi baik” dengan para pemangku kepentingan, maka penilaian kinerja *Corporate social responsibility* dan program pengembangan masyarakat oleh perusahaan industri tambang dan migas menjadi sangat penting dilakukan (Prayogo, 2011).

Hubungan antara *profitabilitas* perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat *profitabilitas* perusahaan maka

semakin besar pengungkapan informasi sosial (Bowman & Haire, 1976 dan Preston, 1978, Hackston & Milne, 1996 dalam Anggraini, 2006).

Atas dasar permasalahan diatas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul : ”**Pengaruh Pengungkapan *Corporate social responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2009 – 2011**”.

## **1.2. Batasan Masalah**

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti pada :

1. Objek yang diteliti adalah perusahaan yang termasuk dalam sektor pertambangan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011 dengan kriteria tertentu.
2. Penelitian dilakukan terhadap laporan keuangan tahunan yang didalamnya berisi laporan seluruh aktifitas perusahaan selama satu tahun buku termasuk laporan aktifitas *Corporate social responsibility* perusahaan pada perusahaan kategori pertambangan yang listing di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011.

## **1.3. Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka perumusan masalah ini adalah, Apakah pengungkapan *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

## **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh *Corporate social responsibility* kinerja keuangan perusahaan yang diukur *Return on assets*, *Return on equity*, dan *Earning Per Share* pada perusahaan pertambangan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Stakeholder Theory**

Pendekatan *stakeholder* muncul pada pertengahan tahun 1980-an. Hal yang mendasari pendekatan *stakeholder* adalah keinginan untuk membangun suatu kerangka kerja yang responsif terhadap masalah yang dihadapi para manajer saat itu yaitu perubahan lingkungan (Freeman dan McVea 2001). Tujuan dari manajemen *stakeholder* ini adalah untuk merancang metode untuk mengelola berbagai kelompok dan hubungan yang dihasilkan dengan cara yang strategis (Freeman dan McVea, 2001). Atas dasar kedekatannya dengan pihak yang terkait dengan perusahaan, maka *stakeholder* dikelompokkan menjadi dua yaitu kelompok primer dan sekunder. Kelompok primer terdiri atas pemilik saham, kreditor, karyawan, pemasok, konsumen, supplier dan pesaing, sedangkan

kelompok sekunder terdiri atas pemerintah, kelompok sosial, media masa, kelompok pendukung dan masyarakat.

*Stakeholder theory* dimulai dengan adanya asumsi bahwa nilai adalah hal yang penting dan secara eksplisit merupakan bagian dari bisnis. Dalam hal ini, manajer menyatakan mengenai pernyataan nilai dan apa yang akan diperoleh *stakeholder*. Ini juga menekan manajer mengenai bagaimana mereka melakukan bisnis yang bersih. (Freeman, Wicks, dan Parmar 2004). Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan *Corporate social responsibility*, dengan pelaksanaan *Corporate social responsibility* diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terpenuhi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Hubungan yang harmonis berimbas pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan perusahaan atau *sustainability*.

## **2.2 Legitimacy Theory**

Teori legitimasi mengatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat dimana mereka berada. Norma perusahaan selalu berubah mengikuti perubahan dari waktu ke waktu sehingga perusahaan harus mengikuti perkembangannya. Proses untuk mendapatkan legitimasi berkaitan dengan kontrak sosial antara yang dibuat oleh perusahaan dengan berbagai pihak dalam masyarakat.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dalam upayanya untuk mendapatkan legitimasi dari komunitas dimana perusahaan itu berada. Legitimasi ini pada tahapan berikutnya akan mengamankan perusahaan dari hal-hal yang tidak diinginkan. Lebih jauh lagi legitimasi ini akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut (Harsanti, 2011).

## **2.3. Signalling Theory**

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan selalu berdampak pada perhatian oleh para *stakeholders* seperti karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen, serta masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan berkewajiban untuk memberikan laporan sebagai informasi kepada para *stakeholders*. Laporan yang wajib diungkapkan oleh perusahaan meliputi laporan keuangan tahunan maupun laporan keberlanjutan perusahaan. Tujuan dari laporan ini adalah untuk menyediakan informasi mengenai kegiatan perusahaan kepada stakeholder dan dapat memberikan tanda (signal) bahwa perusahaan tidak hanya menyediakan laporan berdasarkan ketentuan yang berlaku namun dapat menyediakan informasi yang lebih untuk para *stakeholders* yang diharapkan akan diterima dengan baik dan memberikan sinyal positif terhadap pasar sehingga mampu mempengaruhi kinerja perusahaan.

Menurut Drever *et al.*, (2007) *signaling theory* menekankan bahwa perusahaan pelapor dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui laporannya. Jika perusahaan tidak dapat menyajikan informasi yang lebih, maka para *stakeholders* hanya akan menilai perusahaan sebagai perusahaan yang sama dengan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan laporan tambahan. Hal ini memberikan motivasi bagi perusahaan-perusahaan untuk mengungkapkan, melalui laporan keuangan, bahwa mereka lebih baik dari pada perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan. Dengan demikian, *signaling theory* menekankan bahwa perusahaan akan cenderung menyajikan informasi yang lebih lengkap untuk memperoleh reputasi yang lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan, yang pada akhirnya akan menarik investor.

#### **2.4. Political Economy Theory**

Teori ekonomi politik terdiri dari dua jenis, yaitu klasik dan borjuis. Ekonomi politik klasik meletakkan konflik struktural, ketidakadilan dan peran negara pada analisis pokok. Sedangkan Ekonomi politik borjuis cenderung menganggap hal-hal tersebut merupakan suatu yang *given* dan oleh karena itu, hal tersebut tidak dimasukkan dalam analisis. Hasilnya, ekonomi politik borjuis cenderung memperhatikan interaksi antar kelompok dalam suatu dunia *pluralistic* (sebagai misal, negosiasi antara perusahaan dan kelompok penekan masalah lingkungan, atau dengan pihak yang berwenang). Ekonomi politik borjuis bisa digunakan dengan baik untuk menjelaskan tentang praktek pengungkapan sosial. Sedangkan Ekonomi politik klasik hanya sedikit menjelaskan praktek pengungkapan sosial perusahaan, mempertahankan bahwa pengungkapan sosial perusahaan dihasilkan secara sukarela. Ekonomi politik klasik memiliki pengetahuan tentang aturan pengungkapan wajib, dalam hal ini biasanya negara telah memilih untuk menentukan beberapa pembatasan terhadap organisasi. (Kusumadilaga, 2011).

Studi bidang ini menggunakan teori *stakeholders*, teori legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholders* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin tinggi posisi *stakeholders*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholders*. Berdasarkan teori ini, pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan sebagai reaksi terhadap tekanan – tekanan dari lingkungan agar perusahaan merasa eksistensi dan aktivitasnya terlegitimasi. (Kartika, 2010).

Teori ekonomi politik jika dikaitkan dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan adalah bilamana sebuah perusahaan mengalami penurunan laba perusahaan, maka manajemen cenderung tidak melakukan pengungkapan secara menyeluruh mengenai aktivitas perusahaan sehingga menimbulkan informasi yang asimetris. Hal ini dilakukan agar kerugian yang dialami perusahaan tidak mengurangi reputasi dan kredibilitas perusahaan di mata para *stakeholder*.

## 2.5. *Corporate social responsibility*

Caroll (1991) dalam Desjardins (2009), *Corporate social responsibility* didefinisikan kedalam 4 bagian yaitu tanggung jawab ekonomi (*economic responsibilities*), tanggung jawab hukum (*legal responsibilities*), tanggung jawab etis (*ethical responsibilities*), tanggung jawab filantropis (*philanthropic responsibilities*). *Corporate social responsibility* dimulai dengan tanggung jawab ekonomi sebagai dasar untuk tanggung jawab yang lain. Pada saat yang sama perusahaan diharapkan untuk mematuhi hukum, karena hukum adalah kodifikasi yang dapat diterima masyarakat atas perilaku yang dapat diterima dan yang tidak dapat diterima. Selanjutnya perusahaan harus bertanggung jawab secara etis. Dan yang terakhir, perusahaan diharapkan untuk menjadi warga perusahaan yang baik (*good corporate citizen*).

*Corporate social responsibility* dapat diartikan menjadi 4 ruang lingkup yaitu keterlibatan perusahaan dalam kegiatan social yang berguna bagi masyarakat luas, keuntungan ekonomis yang merupakan lingkup utama dari tanggung jawab sosial dan moral, memenuhi aturan hokum yang berlaku dalam suatu masyarakat, baik yang menyangkut kegiatan bisnis dan sosial, serta menghormati pada hak dan kepentingan para pemangku kepentingan dan ihak terkait yang berhubungan langsung dengan bisnis perusahaan. (Wahyudi dan Azheri, 1998).

Menurut Elkington (1997) seperti yang dikutip dalam Wahyudi dan Azheri (2008), memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin memiliki keberlanjutan dalam usaha haus memperhatikan konsep “3P” *Planet, People, Profit*. Perusahaan selain mengejar keuntungan (*profit*), juga harus memperhatikan dan ikut serta dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Sedangkan menurut ISO 26000, *Corporate social responsibility* adalah Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan para pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

*Corporate social responsibility* merupakan suatu konsep bahwa organisasi, dalam hal ini lebih dispesifikkan kepada perusahaan, memiliki sebuah tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. CSR menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi, yang menciptakan *profit* demi kelangsungan usaha, tapi juga tanggung jawab sosial dan lingkungan (Dwi dan Maksum, (2008) dalam Wijayanti, Sutaryo dan Prabowo (2011).

Bila dikaitkan dengan teori tanggung jawab sosial dengan aktivitas perusahaan, maka dapat dikatakan bahwa tanggung jawab sosial lebih menekankan pada kepedulian perusahaan terhadap kepentingan stakeholder dalam arti luas daripada sekedar kepentingan perusahaan (Keraf,1998). Dengan demikian konsep tanggung jawab sosial perusahaan lebih menekankan pada tanggung jawab

sosial perusahaan atas tindakan dan kegiatan usahanya yang berdampak pada orang-orang tertentu, masyarakat, dan lingkungan dimana perusahaan tersebut melaksanakan aktivitas usahanya. Hal ini bermakna bahwa perusahaan harus menjalankan aktivitas usahanya sehingga tidak berdampak negatif pada masyarakat dan perusahaan harus menjalankan kegiatan usahanya sehingga dapat mewujudkan masyarakat yang lebih baik dan sejahtera (Wahyudi dan Azheri, 2008).

## **2.6. Pengungkapan *Corporate social responsibility***

Angraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan masyarakat terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Oleh karena itu dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga kemudian muncul konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting (SRA)* atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial.

Agar praktik CSR yang dilakukan dapat diketahui oleh para *stakeholdernya*, perusahaan harus melakukan pengungkapan atas praktik CSR-nya. Pengungkapan praktik-praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan menyebabkan perlunya memasukkan unsur sosial dalam pertanggungjawaban perusahaan ke dalam akuntansi. Hal ini mendorong lahirnya suatu konsep yang disebut sebagai *Social Accounting*, *Socio Economic Accounting* atau pun *Social Responsibility Accounting* (Indira dan Dini, 2005).

Ada dua sifat pengungkapan yaitu pengungkapan yang didasarkan pada ketentuan atau standar (*required/regulated/mandatory disclosure*) dan pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary disclosure*). Perusahaan bersedia melakukan pengungkapan sukarela, meski menambah *cost* perusahaan untuk memenuhi keinginan *stakeholder* atau meningkatkan citra perusahaan. Manfaat dari pengungkapan sukarela yang diperoleh perusahaan antara lain meningkatkan kredibilitas perusahaan, membantu investor dalam memahami strategi bisnis manajemen, menarik perhatian analis meningkatkan akurasi pasar, menurunkan ketidaksimetrisan informasi pasar dan menurunkan kejutan pasar (Na'im, 2006) dalam Wijayanti dan Sutaryo (2011).

Belkaoui (1989) dalam Angraini (2006) menemukan hasil (1) pengungkapan sosial mempunyai hubungan yang positif dengan kinerja sosial perusahaan yang berarti bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan sosial, (2) ada hubungan positif antara pengungkapan sosial dengan visibilitas politis, dimana perusahaan besar yang cenderung diawasi akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial dibandingkan perusahaan kecil, (3) ada hubungan negatif antara pengungkapan sosial dengan tingkat *financial Leverage*, hal ini berarti semakin tinggi rasio utang/modal semakin rendah pengungkapan sosialnya karena semakin

tinggi tingkat *Leverage* maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit. Sehingga perusahaan harus menyajikan laba yang lebih tinggi pada saat sekarang dibandingkan laba di masa depan. Supaya perusahaan dapat menyajikan laba yang lebih tinggi, maka perusahaan harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya-biaya untuk mengungkapkan informasi sosial).

## 2.7. Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah kemampuan sebuah perusahaan mengelola sumber daya yang ada sehingga dapat memberikan nilai kepada perusahaan tersebut. Dengan mengetahui kinerja suatu perusahaan kita dapat mengukur tingkat efisiensi dan produktivitas perusahaan tersebut. Disamping itu juga penilaian kinerja perusahaan bermanfaat untuk mengetahui sejauh mana perkembangan suatu perusahaan. Kinerja perusahaan dibagi menjadi dua, yaitu kinerja keuangan dan non keuangan, dalam penelitian ini lebih menekankan pada pengukuran kinerja perusahaan yang berbasis keuangan yang dapat diukur dengan berbagai rasio.

Subramanyam dan Wild, 2009 mengungkapkan rasio keuangan dapat dibagi ke dalam tiga bentuk umum yang sering dipergunakan yaitu: Rasio Likuiditas, Rasio *Leverage*, Rasio Profitabilitas, Rasio Perputaran/efisiensi, dan Rasio Nilai Pasar.

### 1. Rasio Likuiditas

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial jangka pendek yang berupa hutang-hutang jangka pendek, rasio ini antara lain adalah rasio lancar, rasio cepat dan rasio lambat.

### 2. Rasio Solvabilitas

Rasio ini disebut juga rasio *Leverage* yaitu mengukur perbandingan dana yang disediakan oleh pemiliknya dengan dana yang dipinjam dari kreditur. Rasio ini untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial jangka panjangnya yang berupa hutang-hutang jangka pendek. Rasio ini antara lain adalah rasio hutang terhadap ekuitas dan rasio hutang terhadap total aktiva

### 3. Rasio Profitabilitas

Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan, profitabilitas suatu perusahaan mewujudkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Yang termasuk dalam rasio ini adalah margin laba kotor, margin laba bersih, EPS, ROE, dan ROA.

### 4. Rasio Perputaran/Efisiensi

Rasio perputaran digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan mengelola asset-assetnya sehingga memberikan aliran kas masuk bagi perusahaan. Rasio ini antara lain adalah rasio perputaran aktiva, rasio perputaran piutang usaha dan rasio perputaran persediaan.



## 5. Rasio Nilai Pasar

Rasio yang mengukur harga pasar relative terhadap nilai buku perusahaan. Rasio ini antara lain adalah Price earning ratio, dividen payout ratio dan price to book value.

Dalam penelitian ini, rasio keuangan perusahaan yang digunakan adalah *Return On Asset*, *Return On Asset*, dan *Earning Per Share* perusahaan pertambangan yang listing di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011.

### 2.7.1. *Return on assets.*

*Return on asset* menurut Keown, et al. (2005) merupakan pengembalian atas aset-aset menentukan jumlah pendapatan bersih yang dihasilkan dari aset-aset perusahaan dengan menghubungkan pendapatan bersih ke total aset maka rumus untuk menghitung *Return on asset* adalah sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Asset}}$$

*Return on asset* menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam bentuk aset perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Semakin tinggi laba yang didapat oleh perusahaan tersebut, maka dapat menunjukkan bahwa perusahaan dapat menggunakan asetnya secara efektif untuk menghasilkan laba. *Return on asset* yang tinggi akan mempengaruhi penilaian investor terhadap kinerja keuangan perusahaan, sehingga perusahaan dianggap dapat beroperasi dengan baik dan mempengaruhi minat investor dalam saham perusahaan. *Return on asset* dianggap memberikan ukuran yang lebih baik atas *profitabilitas* perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan asetnya.

### 2.7.2. *Return on equity*

*Return on equity* menurut Keown, Martin, Petty, Scott (2005) merupakan rasio laba bersih setelah pajak terhadap modal sendiri yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini merupakan ukuran *profitabilitas* dari sudut pandang pemegang saham.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

*Return on equity* dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau rugi perusahaan. Semakin besar *Return on equity* menunjukkan keuntungan yang lebih tinggi yang didapat oleh perusahaan dalam kinerja operasionalnya (Keown, Martin, Petty, Scott, 2005).

Menurut Gitman (2006) dalam Cheng dan Christiawan (2011), ROE merupakan setiap dollar dari *net income* yang dihasilkan perusahaan dari setiap dollar yang diinvestasikan oleh investor. ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dalam aktivitas perusahaan.

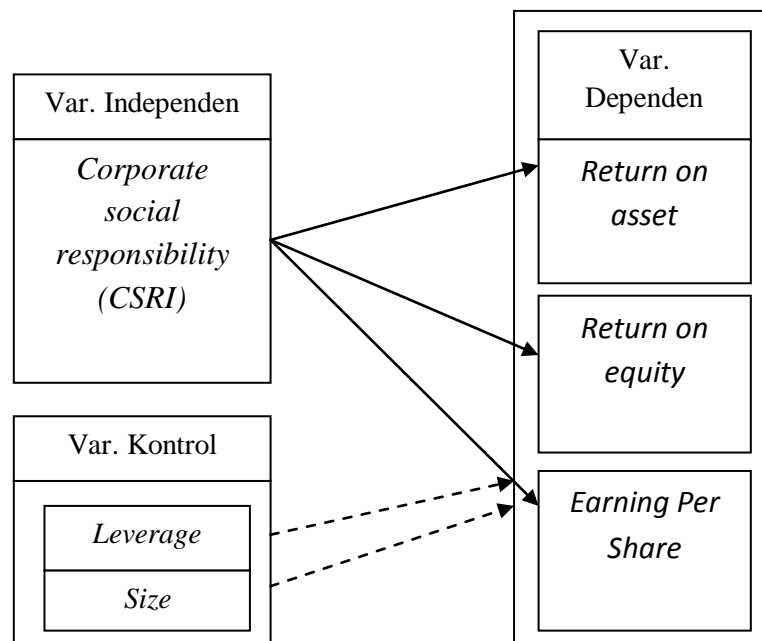
### 2.7.3. *Earning Per Share* (EPS)

Menurut Subramanyam dan Wild (2008), perhitungan laba per lembar saham dapat dilihat dari komposisi struktur modalnya, dimana struktur modal yang didalamnya mempunyai opsi, waran, atau efek yang dapat dikonfersi, maka perhitungannya menggunakan konsep laba per lembar saham dilusian yang dilakukan dengan penyesuaian bunga setelah pajak.

Peningkatan dalam *Earning Per Share* dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih dari setiap lembar saham yang semakin meningkat. Sehingga memungkinkan penanaman modal yang lebih banyak oleh para investor dalam perusahaan tersebut.

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

### 2.7. Rerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Penulis

Perusahaan dengan luas pengungkapan *Corporate social responsibility* yang lebih luas diharapkan mampu meningkatkan laba yang diperoleh perusahaan. Semakin tinggi laba yang didapat oleh perusahaan tersebut, maka dapat menunjukkan bahwa perusahaan dapat menggunakan asetnya secara efektif untuk menghasilkan laba. Perusahaan yang memiliki kinerja sosial yang baik, dimana mereka memperoleh legitimasi *stakeholders* akan mendorong perusahaan dalam meningkatkan transaksi sehingga memberikan probabilitas dan meningkatkan kinerja keuangan. Semakin luas informasi yang disampaikan kepada *stakeholder* akan semakin memperbanyak informasi yang

diterima mengenai perusahaan. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan *stakeholder* kepada perusahaan. Dengan tingkat kepercayaan yang tinggi tentunya investor akan memberikan minat yang tinggi terhadap investasi perusahaan dan respon yang positif berupa pergerakan harga saham yang cenderung naik.

## 2.8. Hipotesis

- H<sub>1</sub> : Pengungkapan *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap Return On Asset perusahaan
- H<sub>2</sub> : Pengungkapan *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap Return On Equity perusahaan
- H<sub>3</sub> : Pengungkapan *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *Earning Per Share* perusahaan

## III. METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan kategori pertambangan yang listing di Bursa Efek Indonesia dalam tahun 2009 sampai dengan 2011. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu.

### 3.2. Model Penelitian

Dalam menentukan model dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen.

- Persamaan Model Pertama:

$$ROA = \beta_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 LEVE + \beta_2 SIZE + \epsilon$$

- Persamaan Model Kedua:

$$ROE = \beta_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 LEVE + \beta_2 SIZE + \epsilon$$

- Persamaan Model Ketiga:

$$EPS = \beta_0 + \beta_1 CSR + \beta_2 LEVE + \beta_2 SIZE + \epsilon$$

Keterangan:

ROA = *Return on asset*

ROE = *Return on equity*

EPS = *Earning Per Share*

$\beta_0$	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2$	= Koefisien Regresi
CSR	= Index <i>Corporate social responsibility</i>
LEVE	= Tingkat Hutang Perusahaan
<i>Size</i>	= Ukuran Perusahaan dari logaritma natural total aset
$\varepsilon$	= Estimasi Error

### 3.3. Operasionalisasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 3.3.1. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perbankan yang dapat diukur dengan menggunakan rasio-rasio keuangan yang meliputi *Return on asset*, *Return on equity*, dan *Earning Per Share*. *Return on asset* didapat dari laba bersih dibagi total aset perusahaan, *Return on equity* didapat dari laba bersih dibagi total ekuitas perusahaan, sedangkan *Earning Per Share* didapat dari laba bersih dibagi jumlah saham beredar perusahaan.

#### 3.3.2. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate social responsibility* Index yang diukur berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) versi 3 2010 yang terdiri dari 3 indikator yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 79 item pengungkapan yang terdiri dari indikator ekonomi (9 item), lingkungan (30 item), tenaga kerja (14 item), hak asasi manusia (9 item), sosial (8 item), dan produk (9 item) dengan nilai maksimum pengungkapan 1.

Penghitungan CSRI dilakukan dengan setiap item indikator dalam instrument diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

$$\text{CSRI} = \frac{\text{jumlah pengungkapan}}{79}$$

#### 3.3.3. Variabel Kontrol

Variabel kontrol merupakan variabel yang dapat dikendalikan oleh peneliti. Dalam penelitian ini terdapat variabel kontrol, yaitu tingkat hutang perusahaan (*Leverage*) dan ukuran perusahaan (*Size*) yang disertakan dalam model agar dapat membuat model menjadi lebih baik dalam menggambarkan

pengaruh dari pengungkapan *Corporate social responsibility* yang dilihat dari Index CSRI terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

**a. Leverage**

Pertimbangan tingkat hutang adalah karena *Leverage* adalah pembiayaan modal perusahaan dengan menggunakan hutang, peningkatan penggunaan hutang oleh perusahaan akan meningkatkan aset perusahaan, dengan meningkatnya aset, maka laba yang dihasilkan diharapkan juga akan meningkat. Rasio *Leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu untuk lebih meyakinkan para investor, perusahaan dengan rasio *Leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *Leverage* yang rendah. Rasio *Leverage* dihitung dari jumlah kewajiban dibagi dengan total aset perusahaan.

**b. Ukuran Perusahaan**

Pertimbangan untuk ukuran perusahaan adalah perusahaan yang tergolong besar mengungkapkan informasi yang lebih banyak dari perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar akan menghadapi resiko yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Menurut Consoladi *et al.* (2006) dalam Nur Syafitri (2012) mengatakan bahwa ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kinerja sosial perusahaan karena perusahaan yang besar mempunyai pandangan yang lebih jauh, sehingga lebih berpartisipasi dalam menumbuhkan kinerja sosial perusahaan. Ukuran perusahaan dihitung dari logaritma natural total aset perusahaan.

Oleh sebab itu, apakah dengan penggunaan hutang untuk kebutuhan modal perusahaan dan total aset perusahaan akan berpengaruh pada hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan, diharapkan *financial Leverage* dan total aset dapat memperkuat hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja keuangan perusahaan sehingga keduanya saling mempengaruhi.

### **3.4. Metode Analisis Data**

#### **3.4.1. Uji Asumsi Klasik**

##### **3.4.1.1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian ini adalah data yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Ada beberapa uji untuk mengetahui suatu data itu normal atau tidak, salah satunya dengan menggunakan uji *Jargue-Bera test* atau *J-B test*. Adapun hipotesis dari uji *Jargue-Bera test* adalah sebagai berikut:

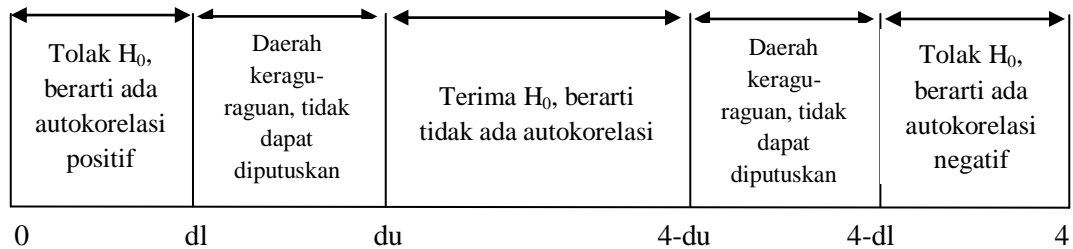
$H_0$  : Data terdistribusi normal

$H_a$  : Data tidak terdistribusi normal

Jika nilai probabilitas yang diperoleh lebih besar dari  $\alpha = 5\%$ , maka menerima  $H_0$  yang artinya data berdistribusi normal (Winarno, 2009).

### 3.4.1.2. Uji Autokorelasi

Ada tidaknya masalah autokorelasi juga bisa menggunakan uji Durbin-Watson. Pengujian Durbin-Watson dapat dilihat dalam gambar berikut:



Sumber: "Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews", Winarno, 2009.

### 3.4.1.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Ada beberapa uji untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas, salah satunya dengan menggunakan uji *White* dengan melihat probabilitas *Chi Squares*. Sebelum melakukan pengujian, lebih dulu disusun hipotesis, yaitu:

$H_0$  : Tidak ada gejala heteroskedastisitas

$H_a$  : Ada gejala heteroskedastisitas

Jika nilai probabilitas *Chi Squares* dari  $Obs * R\text{-Square}$  lebih besar dari  $\alpha = 5\%$  maka terima  $H_0$  yang artinya tidak ada gejala heteroskedastisitas (Widarjono, 2007).

Teknik pendeteksian mengenai gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya yaitu dengan menggunakan uji *white* dimana jika hasil perkalian *r-squared* data dikalikan dengan jumlah data  $>$  nilai kritis tabel dengan derajat bebas jumlah variabel bebas atau jumlah koefisien regresi diluar intercept, maka dapat diputuskan bahwa tidak terdapat permasalahan heteroskedastisitas (Nachrowi dan Usman, 2006).

### 3.4.1.4. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas adalah ada tidaknya hubungan linier antara variabel independen di dalam regresi berganda. Hubungan linier antara variabel independen dapat terjadi dalam bentuk hubungan linier yang sempurna dan hubungan linier yang kurang sempurna. Adanya multikolinieritas masih menghasilkan estimator yang BLUE, tetapi menyebabkan suatu model mempunyai varian yang besar. Dalam mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilakukan dengan menguji

koefisien korelasi ( $r$ ) antar variabel independen. Dalam *rule of thumb*, jika koefisien korelasi cukup tinggi diatas 0,85 maka diduga terjadi gejala multikolinearitas dalam model. Sebaliknya jika koefisien korelasi relatif rendah dibawah 0,85 maka diduga model tidak mengandung unsur multikolinieritas (Widarjono, 2007).

### 3.4.2. Penentuan Model Regresi Data Panel

Sesuai dengan jenis data dan alat pengolahan data yang digunakan, maka harus melakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Melakukan estimasi dengan *fixed effect*
2. Melakukan uji *Chow (Common Effect vs Fixed Effect)* dengan hipotesis:

$H_0$  : Menggunakan model *common effect*

$H_a$  : Menggunakan model *fixed effect*

Uji statistik F digunakan untuk memilih antara metode OLS (*common*) tanpa variabel *dummy* atau *Fixed Effect*. Hal ini dilakukan untuk mengambil keputusan apakah sebaiknya menambah variabel *dummy* untuk mengetahui bahwa intersep berbeda antar perusahaan dengan metode *Fixed Effect* dapat diuji dengan uji F statistik. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau probabilitas dari *cross section*  $F > 0,05$ , maka terima  $H_0$  yang artinya menggunakan model *common effect*. Jika  $H_0$  diterima, maka selesai sampai di Uji *Chow* saja namun apabila hasilnya menolak  $H_0$  maka selanjutnya melakukan uji *Hausman*.

3. Estimasi dengan *Random Effect*
4. Melakukan uji *Hausman (Random Effect vs Fixed effect)* dengan hipotesis:

$H_0$  : Menggunakan model *random effect*

$H_a$  : Menggunakan model *fixed effect*

*Hausman* telah mengembangkan suatu uji statistik untuk memilih apakah penggunaan model *Fixed Effect* atau *Random Effect*. Uji *Hausman* ini didasarkan pada ide bahwa *Least Square Dummy Variable (LSDV)* di dalam metode *Fixed Effect* dan *Generalized Least Square (GLS)* adalah efisien sedangkan metode OLS tidak efisien, di lain pihak alternatifnya metode OLS efisien dan GLS tidak efisien. Oleh karena itu, uji hipotesis nulnya adalah hasil estimasi keduanya tidak berbeda sehingga uji *Hausman* bisa dilakukan berdasarkan perbedaan estimasi tersebut. Apabila *Chi Square* hitung  $< Chi Square$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang artinya menggunakan model *random effect*. Jika  $H_0$  diterima, maka selesai sampai di Uji *Hausman* saja.

### 3.4.3. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Hipotesis yang hendak diuji dengan uji t adalah sebagai berikut:

1.  $H_{01}$  : *Corporate social responsibility* secara parsial tidak mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *Return on asset (ROA)*.

2.  $H_{a1}$  : *Corporate social responsibility* secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *Return on asset* (ROA).
3.  $H_{02}$  : *Corporate social responsibility* secara parsial tidak mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *Return on equity* (ROE)
4.  $H_{a2}$  : *Corporate social responsibility* secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *Return on asset* (ROE).
5.  $H_{03}$  : *Corporate social responsibility* secara parsial tidak mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *Earning Per Share* (EPS)
6.  $H_{a3}$  : *Corporate social responsibility* secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *Earning Per Share* (EPS)

Kriteria penerimaan dan penolakan akan dijelaskan melalui:

- Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ table}$  dan probabilitas (signifikansi)  $\leq 5\%$  ( $\alpha$ ) maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$
- Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ table}$  probabilitas (signifikansi)  $> 5\%$  ( $\alpha$ ) maka  $H_0$  diterima.

#### IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

##### 4.1. Uji Asumsi Klasik

##### 4.1.1. Uji Normalitas

###### Hasil Uji Normalitas

Variabel	Probabilitas	Keputusan
ROA	0.353380	Normal
ROE	0.635863	Normal
EPS	0.404515	Normal

Sumber: Pengolahan Data

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat dilihat bahwa nilai probabilitas variabel ROA, ROE, dan EPS  $> 0,05$  maka terima  $H_0$  artinya residual data terdistribusi normal.

##### 4.1.2. Uji Heteroskedastisitas

###### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Prob. Chi-Square	Keputusan
ROA	0.1927	Tidak Ada Heterokedastisitas
ROE	0.3722	Tidak Ada Heterokedastisitas
EPS	0.2192	Tidak Ada Heterokedastisitas

Sumber: Pengolahan Data

Berdasarkan uji *White* yang telah diolah oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam regresi untuk model CSR terhadap ROA, CSR terhadap ROE dan CSR terhadap ROE dimana nilai Prob .Chi Square  $> 0.05$ .



#### 4.1.3. Uji Multikolinieritas

Dari hasil uji multikolinieritas hasil besaran korelasi antar variabel independen kurang dari 0,85. Bisa disimpulkan bahwa tidak adanya korelasi antar variabel CSR, *Leverage*, dan *Size* yaitu tidak adanya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi.

##### Hasil Uji Multikolinieritas ROA

	ROA	CSR	LEVE	SIZE
ROA	1.000000	0.498260	-0.490960	0.020533
CSR	0.498260	1.000000	-0.392468	0.366231
LEVE	-0.490960	-0.392468	1.000000	-0.078163
SIZE	0.020533	0.366231	-0.078163	1.000000

Sumber: Pengolahan Data

##### Hasil Uji Multikolinieritas ROE

	ROE	CSR	LEVE	SIZE
ROE	1.000000	0.40185	-0.011044	0.391152
CSR	0.401851	1.000000	-0.392468	0.765401
LEVE	-0.011044	-0.392468	1.000000	-0.239233
SIZE	0.391152	0.765401	-0.239233	1.000000

Sumber : Pengolahan Data

##### Hasil Uji Multikolinieritas EPS

	EPS	CSR	LEVE	SIZE
EPS	1.000000	0.716102	-0.329961	0.689922
CSR	0.716102	1.000000	-0.382508	0.750971
LEVE	-0.329961	-0.382508	1.000000	-0.222545
SIZE	0.689922	0.750971	-0.222545	1.000000

Sumber : Pengolahan Data

#### 4.2. Metode Estimasi Data Panel

Pada Penelitian ini perlu di lakukan pengujian *Chow Test* dan *Hausmann Test* yang bertujuan untuk mengetahui pendekatan model data panel apa yang nantinya akan digunakan, apakah *Fixed Effect*, *Random Effect*, atau *Pooled Least Square*. Pengujian *Chow Test* dilakukan untuk mengetahui apakah pendekatan model menggunakan efek tetap (*Fixed Effect*) atau efek acak (*Random Effect*). Hasil dari *Chow Test* penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### Hasil Uji Chow Test

Model	Prob. Chi-square
-------	------------------

<b>ROA</b>	<b>0.0000</b>
<b>ROE</b>	<b>0.0001</b>
<b>EPS</b>	<b>0.0000</b>

Sumber: Pengolahan Data

Berdasarkan tabel data hasil Uji Chow dapat dilihat bahwa nilai *probability* dari *Cross-Section Chi Square* yang dihasilkan adalah sebesar 0,0000, yang dimana memiliki arti nilai *Chi Square* tersebut berada  $< 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak. Dikarenakan  $H_0$  ditolak, maka  $H_a$  diterima atau model yang digunakan adalah efek tetap (*Fixed effect*).

Apabila  $H_0$  diterima, maka pengujian model data panel hanya berhenti sampai *Chow Test* dan artinya model PLS (*Pooled Least Square*) yang digunakan. Namun dikarenakan nilai *Chi Square*  $< 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak, maka pengujian tidak berhenti sampai *Chow Test*. Pengujian dilanjutkan pada tes selanjutnya yaitu *Hausmann Test*.

#### Hasil Uji Hausmann Test

<b>Model</b>	<b>Probability</b>
<b>ROA</b>	<b>0.6647</b>
<b>ROE</b>	<b>0.0137</b>
<b>EPS</b>	<b>0.5524</b>

Sumber: Pengolahan Data

Hasil pengujian *Hausmann Test* pada tabel diatas menunjukkan nilai *probability* dari semua model penelitian adalah 0.0009, 0.0187, dan 0.0004 yang dimana  $H_0$  diterima apabila *Probability*  $> 0,05$ . Berdasarkan *Probability* tersebut maka  $H_0$  ditolak. Jadi, berdasarkan hasil tersebut maka penelitian ini menggunakan *Fixed Effect Model* dan hasil Uji Chow yang akan digunakan dalam penelitian ini.

### 4.3. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

#### 1. *Return on asset*

Dari hasil uji t (parsial) variabel *Corporate social responsibility* memiliki t hitung sebesar 8.265734  $>$  dari t tabel 2.01808 dan probabilitas sebesar 0.0000 dibawah tingkat signifikansi 5% yang artinya tolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , mengindikasikan bahwa *Corporate social responsibility* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Return on asset* secara parsial.

#### 2. *Return on equity*

Dari hasil uji t (parsial) variabel *Corporate social responsibility* memiliki t hitung sebesar 2.135009  $>$  dari t tabel 2.01808 dan probabilitas sebesar 0.0420 diatas tingkat signifikansi 5% yang artinya tolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , mengindikasikan bahwa

*Corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Return on equity* secara parsial.

### 3. *Earning Per Share*

Dari hasil uji t (parsial) variabel *Corporate social responsibility* memiliki t hitung sebesar  $-1.679039 < t$  tabel 2.01954 dan probabilitas sebesar 0.1014 diatas tingkat signifikansi 5% yang artinya terima  $H_0$  dan menolak  $H_a$ , mengindikasikan bahwa *Corporate social responsibility* tidak memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Earning Per Share* secara parsial.

## 4.4. Uji F dan Koefisien Determinasi

### 1. *Return on asset*

Dari hasil uji F (simultan) dan Koefisien Determinasi variabel *Corporate social responsibility, Leverage, dan Size* memiliki Prob(F-statistic) 0.00000 dibawah tingkat signifikansi 5% yang artinya tolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , mengindikasikan bahwa *Corporate social responsibility, Leverage, dan Size* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Return on asset* secara simultan sebesar 91.3165 %, sementara sisanya 8.6835 % dipengaruhi faktor lain diluar model.

### 2. *Return on equity*

Dari hasil uji F (simultan) dan Koefisien Determinasi variabel *Corporate social responsibility, Leverage, dan Size* memiliki Prob(F-statistic) 0.000020 dibawah tingkat signifikansi 5% yang artinya tolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , mengindikasikan bahwa *Corporate social responsibility, Leverage, dan Size* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Return on equity* secara simultan sebesar 65.9958 %, sementara sisanya 34.0042 % dipengaruhi faktor lain diluar model.

### 3. *Earning Per Share*

Dari hasil uji F (simultan) dan Koefisien Determinasi variabel *Corporate social responsibility, Leverage, dan Size* memiliki Prob(F-statistic) 0.000000 dibawah tingkat signifikansi 5% yang artinya tolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , mengindikasikan bahwa *Corporate social responsibility, Leverage, dan Size* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Earning Per Share* secara simultan sebesar 99.9261 %, sementara sisanya 0.0739 % dipengaruhi faktor lain diluar model.

## 4.5. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan pertambangan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011, terdapat beberapa hal yang bisa dijadikan bahan pertimbangan

dan bisa dimanfaatkan bagi pihak investor, pihak manajerial, dan pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengetahui pengaruh dari pengungkapan *Corporate social responsibility* untuk mempengaruhi perubahan rasio keuangan perusahaan pada pertambangan di BEI periode 2009-2011.

Dari hasil analisis yang didapat dalam penelitian ini adalah variable *Corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Return on asset* dan *Return On Equity*, namun tidak memiliki pengaruh terhadap *Earning Per Share* perusahaan yang termasuk kategori pertambangan dan *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011. Hal ini dapat menunjukkan bahwa pada perusahaan pertambangan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sudah mulai menjadi perhatian dan bahan pertimbangan perusahaan. Hasil analisa yang menunjukkan hubungan positif signifikan dengan *Return on asset* dan *Return On Equity* menggambarkan bahwa dengan melakukan pengungkapan CSR maka dapat memberikan peningkatan dalam kinerja keuangan perusahaan yang dapat diwujudkan dengan peningkatan transaksi penjualan yang semakin meningkat, semakin tinggi tingkat penjualan maka perputaran aset semakin efektif sehingga tingkat pengembalian yang di dapat akan menjadi semakin baik, serta dapat dijadikan pertimbangan oleh para investor dalam meningkatkan minat untuk berinvestasi di perusahaan. Hasil analisa yang menunjukkan hasil yang tidak signifikan dapat menunjukkan perusahaan pertambangan yang dijadikan sampel kurang menganggap pengungkapan *Corporate social responsibility* itu penting dan dapat berdampak positif dalam peningkatan kinerja keuangan dari sisi peningkatan harga saham untuk kedepannya.

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Corporate social responsibility* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap *Return on asset* pada perusahaan yang termasuk kategori pertambangan dan *li sting* di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011.
2. *Corporate social responsibility* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap *Return on equity* pada perusahaan yang termasuk kategori pertambangan dan *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011.
3. *Corporate social responsibility* secara parsial tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *Earning Per Share* pada perusahaan yang termasuk kategori pertambangan dan *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011.

### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, berdasarkan sampel perusahaan kategori pertambangan yang digunakan dalam penelitian ini, sekitar 17 persen perusahaan belum memberikan laporan mengenai tanggung jawab sosial, diharapkan dapat lebih terbuka dalam penyampaian informasi mengenai tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan keuangan tahunan maupun laporan keberlanjutan perusahaan. Sehingga investor yang ingin melakukan investasi pada perusahaan mendapatkan informasi yang tepat.
2. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan sampel penelitian yang tidak hanya pada perusahaan kategori pertambangan saja dan juga penambahan variabel seperti pertumbuhan penjualan, umur perusahaan dan sebagainya. Selain itu, penambahan periode atau rentang waktu penelitian yang lebih panjang juga dapat dilakukan sehingga lebih diketahui pengaruh dari pengungkapan *Corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan yang lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. **Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan (studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)**. Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang, 23-26 Agustus 2006.

Anthony, Robert N. dan Govindarajan, Vijay. 2005. *Management Control System*. Jakarta : Salemba Empat

Anwar, Samsinar., Haerani, Siti., Pagalung, Gagaring.2009. **Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Harga Saham**.

Ardana, I Komang. 2008. **Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial**. Buletin studi Ekonomi Volume 13 Nomor 1 Tahun 2008

Desjardins, Joseph. 2009. *An Introduction to Bussiness Ethics*. McGraw-Hill International Edition.

Donaldson, Thomas., Preston, Lee E. 1995. *The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implcations*. *Academy of management Review* 1995. Vol. 20 No.I 65-91.

Freeman, R.Edward, Wicks,Andrew C.,Parmar, Bidhan. 2004. *Stakeholder Theory and “The Corporate Objective Revisited”*. Vol.15, No. 3, May-June 2004, 364-369. INFORMS

Freeman, R.Edward. dan J. McVea. 2001. “A *Stakeholder Approach to Strategic Management*”. [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=263511](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=263511). SSRN

Hadi, Noor. 2007. Executive Summary Terbuka : *Corporate Social Responsibility*.

Harahap, Sofyan Syafri. 2005. **Teori Akuntansi**. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.

Indriana.Ina., Nurhayati, Enok., Uzliawati, Lia.. 2008. **Dampak Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) terhadap Kinerja Perusahaan**. Kumpulan Jurnal LIPI.

Irawan, Ronny. 2008. *Corporate Social Responsibility : Tinjauan Menurut Peraturan Perpajakan Indonesia*. The 2<sup>nd</sup> National Conference UKWMS Surabaya, 6 September 2008.

Januarti, Indira dan Apriyanti, Dini. 2005. **Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan**. Jurnal Maksi No. 2 Agustus 2005 : 227-243.

Keraf, Sonny. 1998. **Etika Bisnis : Tuntutan dan Relevansinya**. Yogyakarta : Penerbit Kanisius.

Maksum, Azhar, dan Azizul, Kholis, 2003. **Analisis Tentang Pentingnya Tanggung Jawab dan Akuntansi Sosial Perusahaan (Corporate Responsibility and socialaccounting): Studi Empiris di Kota Medan**, Proceedings SNA VI, hal 936-953.

Mangonting, Yenni. 2007. **Biaya Tanggung Jawab Sosial sebagai Tax Benefit**. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, VOL. 9, NO. 1, MEI 2007: 35-42

Nachrowi, D. Nachrowi, dan Usman, Hardius. 2006. **Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika Untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan**. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Republik Indonesia. Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Safitri, Amelia Nur. 2012. **Pengaruh Pengungkapan Intellectual Capital dan Pengungkapan CSR terhadap Kinerja Perusahaan. (Studi Empiris Pada Perusahaan High Profile yang Terdaftar di BEI**. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.

Sembiring, Eddy Rismanda .2005. **Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta**, *Simposium Nasional Akuntansi VIII*, 2005.

Suartana, I Wayan. 2010. **Akuntansi Lingkungan dan Triple Bottom Line : Paradigma Baru Akuntansi Bernilai Tambah**. *Jurnal Bumi Lestari*. Volume 10 No. 1, Februari 2010.105-112.

Subramanyam, K.R dan Wild, John J. 2008. *Financial Statement Analysis*. Jakarta : Salemba Empat.

Tanudjaja, Bing Bedjo. 2006. **Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia**. *NIRMANA*, VOL.8, NO. 2, Juli 2006: 92-98

Uadiale, Olayinka Marte Uadiale dan Fagbemi, Temitope Oalminde. 2011. *Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Developing Economies : The Nigerian Experience*. The 2011 New Orleans International Academic Conference.

Veronica, Theodora Martina dan Sumin, Agus. 2009. *The Effect of Company Characteristic on Disclosure of Social Responsibility in Mining Corporate sector listed in Indonesia Stock Exchange*. Gunadarma University. <http://www.gunadarma.ac.id>

Wahyudi, Isa dan Azheri, Busyra. 2008. **Corporate Social Responsibility : Prinsip, Penaturan, dan Implementasi**. Jawa Timur : SETARA Press.

Wijayanti, Feb Tri., Sutaryo., Prabowo, Muhammad Agung. 2011. **Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan**, Simposium Nasional Akuntansi XIV. Aceh.

Widarjono, Agus. 2007. **Ekonometrika Teori dan Aplikasi Untuk Ekonomi dan Bisnis**. Edisi Ke Dua. Ekonisia Fakultas Ekonomi UII. Yogyakarta.

Winarno, Wing Wahyu. 2009. **Analisis Ekonometrika dan Statistik Dengan Eviews**. Edisi Kedua. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

<http://www.idx.co.id>