

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DENGAN UKURAN
PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Study Empiris pada Perusahaan Pertambangan dan Otomotif yang tercatat
di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2008)**



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

ELY DWI SUSILAWATI
B 200 060 015

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2010**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (Hartanti dan Monika, 2008). Keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar muncul kepermukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan lingkungan hidup.

Corporate Social Responsibility (CSR), merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia perusahaan multinational. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran menghadapi perekonomian menuju pasar bebas. Perkembangan pasar bebas yang telah membentuk ikatan-ikatan ekonomi dunia dengan terbentuknya AFTA, APEC dan sebagainya, telah mendorong perusahaan dari berbagai penjuru dunia untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya (Nurlela dan Islahudin, 2008)

Pemikiran yang melandasi *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang

jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban diatas. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau *customer*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga competitor (Nurlela dan Islahudin, 2008).

Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan CSR ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia (HAM) (Hartanti dan Monika, 2008). Di Indonesia, kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan tersebut diatur oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Dahlia dan Veronica, 2008).

CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

Pengungkapan kinerja lingkungan, sosial, dan ekonomi di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas,

responsibilitas, dan transparansi korporat kepada investor dan *stakeholders* lainnya. Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholders* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan *corporate social responsibility* (CSR): - lingkungan dan sosial - dalam setiap aspek kegiatan operasinya (Novita dan Djakman, 2008).

Pengambilan keputusan ekonomi hanya dengan melihat kinerja keuangan suatu perusahaan, saat ini sudah tidak relevan lagi. Eipstein dan Freedman (1994), dalam Anggraini (2006), menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Untuk itu dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus. Sarana tersebut dikenal dengan nama laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*).

Selain itu, perusahaan juga dapat memperoleh legitimasi dengan memperlihatkan tanggung jawab sosial melalui pengungkapan CSR dalam media termasuk dalam laporan tahunan perusahaan (Haniffa dan Coke, 2005). Hal yang sama juga dikemukakan oleh Kiroyan (2006), dalam Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR diharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar.

Aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan terbukti memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil penelitian

ini mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan dan peningkatan kinerja keuangan (ROE). (Dahlia dan Veronica, 2008).

Fauzi (2004) dalam penelitiannya dengan menggunakan sampel perusahaan Amerika yang listing di New York Exchange menguji hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan kinerja keuangan perusahaan. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan negatif antara praktek tanggung jawab sosial dan kinerja keuangan perusahaan. Dalam penelitiannya juga menemukan bahwa hanya ukuran perusahaan yang dapat menjadi variable *Moderating*. Hubungan negatif kemudian dapat diinterpretasikan sebagai suatu kondisi dimana muncul biaya untuk meningkatkan tanggung jawab sosial yang nantinya akan menurunkan kinerja keuangan.

Penelitian ini mencoba untuk menemukan apakah terdapat pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel *moderating* pada perusahaan sektor pertambangan dan otomotif di Indonesia selama tahun 2006-2008. Dalam penelitian ini hanya memakai ukuran perusahaan yang tercermin dalam total asset sebagai variabel moderating karena dianggap sudah mewakili indikator kinerja keuangan.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL**

***RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN
DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL
MODERATING (Study Empiris pada Perusahaan Pertambangan dan
Otomotif yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2008)***”.

B. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA)
2. Apakah tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh terhadap *Return On Equity* (ROE)
3. Apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh penting sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja keuangan (ROA)
4. Apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh penting sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja keuangan (ROE)

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh bukti empiris tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA)

2. Untuk memperoleh bukti empiris tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh terhadap *Return On Equity* (ROE)
3. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja keuangan (ROA)
4. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja keuangan (ROE)

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Dalam bidang akademik, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dengan segala komponen yang mempengaruhinya.
2. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial
3. Bagi peneliti lainnya, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar dan kerangka kerja bagi penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini akan disajikan sistematika yang sedemikian rupa sehingga apa yang penulis kemukakan diharapkan mudah untuk dipahami.

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang deskripsi teoritis variabel penelitian yang meliputi kinerja keuangan perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), ukuran perusahaan, penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis, dan kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Merupakan metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian, populasi, sampel dan pemilihan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pengujian data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan dan saran-saran.