

PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DI BEI

Fadhiyah

dhiyahherwanto@gmail.com

Maswar Patuh Priyadi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this research is to investigate the influence of the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) to the financial performance of manufacturing companies on consumer goods industry sectors (consumer goods industry) which are listed in the Indonesia Stock Exchange (BEI) in 2009-2013 periods. The samples are 22 manufacturing companies on consumer goods industry sectors (consumer goods industry) and the numbers of observations are 110 and these companies have been selected by using purposive sampling. The statistical technique is carried out by using simple regression analysis to examine the influence of the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) to the financial performance of the manufacturing companies on consumer goods industry sector (consumer goods industry). The result of the research which has been done by using simple regression shows Corporate Social Responsibility (CSR) only have significant influence to the Return on Assets (ROA) whereas Corporate Social Responsibility (CSR) does not have any significant influence to the Return on Equity (ROE) and Earning Per Share (EPS).

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Return On Assets, Return On Equity, Earning Per Share.*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi (*consumer goods industry*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009 - 2013. Sampel penelitian terdiri dari 22 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi (*consumer goods industry*) dengan jumlah pengamatan sebesar 110 dan dipilih secara *purposive sampling*. Teknik statistik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana untuk menguji pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi (*consumer goods industry*). Hasil penelitian dengan regresi sederhana menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) hanya berpengaruh signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA), *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE) dan *Earning Per Share* (EPS).

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Return On Assets, Return On Equity, Earning Per Share.*

PENDAHULUAN

Perusahaan sebagai salah satu bentuk organisasi pada umumnya memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai dalam usaha untuk memenuhi kepentingan para anggotanya. Keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan merupakan prestasi manajemen. Penilaian prestasi atau kinerja suatu perusahaan diukur karena dapat dipakai sebagai dasar pengambilan keputusan baik pihak internal maupun eksternal. Jadi, nilai perusahaan akan meningkat apabila perusahaan tersebut memperhatikan keseimbangan antara kepentingan - kepentingan ekonomi, lingkungan, dan masyarakat.

Salah satu tindakan untuk meningkatkan nilai perusahaan ialah *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disingkat sebagai CSR. CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan khususnya pada masyarakat disekitar perusahaan tersebut.

Menurut Untung (2008) bahwa *corporate social responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan dan bukan sebagai sarana biaya melainkan sebagai sarana meraih keuntungan perusahaan. Program CSR tidak selalu berbentuk kegiatan amal atau sumbangan sosial, melainkan juga dapat dilaksanakan dalam program yang melibatkan masyarakat secara langsung. Oleh sebab itu kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan sangat beragam, diantaranya program penyediaan air minum, pengelolaan sampah, penataan bangunan dan lingkungan serta pengembangan pemukiman.

Program CSR sudah mulai bermunculan di Indonesia seiring dengan disahkannya Undang - Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan pada 16 Agustus 2007 pada Pasal 74 menyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan / atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang - undangan. Dengan begitu, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat terlebih pada masyarakat yang berada disekitar perusahaan tersebut berdiri.

Selain itu, menurut UU Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007 pasal 15 dan 34 disebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan pencabutan izin kegiatan usaha.

Sedangkan kinerja keuangan ialah kondisi keuangan suatu perusahaan yang ditunjukkan melalui hasil penjualan atau laba perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang optimal, dengan laba tersebut maka perusahaan akan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan tersebut. (Sunarko, 2012)

Kinerja keuangan perusahaan merupakan faktor penting untuk menilai keseluruhan kinerja perusahaan tersebut. Mulai dari penilaian aset, kewajiban sampai dengan modal perusahaan dan lainnya. Dalam menilai kinerja keuangan perusahaan, perlu dilakukan beberapa analisis melalui beberapa tolak ukur. Tolak ukur yang biasa digunakan untuk menganalisis kinerja keuangan perusahaan adalah rasio atau indeks, yaitu tolak ukur yang membandingkan kondisi keuangan sekarang dengan kondisi keuangan dimasa depan.

Pada penelitian Wijayanti et al. (2011) tentang "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan" menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* hanya berpengaruh signifikan terhadap *return on equity* (ROE), dan tidak berpengaruh pada *return on assets* (ROA) maupun pada *earning per share* (EPS).

Muhammad (dalam Wijayanti et al., 2011) menemukan bahwa hubungan yang signifikan antara CSR dengan kinerja keuangan perusahaan. Berbeda dengan Sarumpaet (dalam Wijayanti et al., 2008) yang tidak menemukan adanya hubungan yang signifikan antara CSR dengan kinerja keuangan oleh karena investor lebih memilih untuk mendapatkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan dari pihak ketiga dan informasi pemerintah untuk mengetahui indikator kinerja ekonomi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah apa pengaruh penerapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Hasil

penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris tentang pengaruh penerapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan yang meliputi return on assets, return on equity, dan earning per share dengan menggunakan 7 kategori pengukuran CSR yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain - lain tenaga kerja, produk, masyarakat, dan umum.

TINJAUAN TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Purwanto (2011) mengatakan bahwa stakeholder merupakan pihak - pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang meliputi karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat, pemerintah selaku regulator, pemegang saham, kreditur, pesaing, dan lain - lain. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*.

Sedangkan menurut Saleh, et. al., (dalam Purwanto, 2011) menyatakan bahwa teori *stakeholder* berguna dalam menjelaskan CSR. Hal ini dikarenakan teori *stakeholder* mampu membedakan antara isu sosial dengan *stakeholder*.

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan diri atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber - sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Hal ini ditentukan oleh besar kecilnya kekuatan (*power*) yang dimiliki oleh *stakeholder* atas sumber ekonomi tersebut. (Ghozali dan Chariri dalam Purwanto, 2011)

Menurut *the Clarkson Centre for Business Ethics* (dalam Faradilla, 2012) stakeholder perusahaan dibagi kedalam dua bentuk pasar yaitu *primary stakeholders* dan *secondary stakeholders*. *Primary stakeholders* merupakan pihak - pihak yang mempunyai kepentingan secara ekonomi terhadap perusahaan dan menanggung resiko seperti misalnya investor, kreditor, karyawan, komunitas lokal maupun disisi lain pemerintah juga termasuk kedalam golongan *primary stakeholders* walaupun tidak secara langsung mempunyai hubungan secara ekonomi, namun hubungan diantara keduanya lebih bersifat non-kontraktual. Bentuk yang kedua adalah *secondary stakeholders*, dimana sifat hubungan keduanya saling mempengaruhi namun kelangsungan hidup perusahaan secara ekonomi tidak ditentukan oleh *stakeholder* jenis ini. Contoh *secondary stakeholders* adalah media dan kelompok kepentingan seperti lembaga sosial masyarakat, serikat buruh dan sebagainya.

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Menurut Purwanto (2011), teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa kegiatan atau aktivitas yang dilakukan sesuai dengan batasan dan norma - norma masyarakat dimana perusahaan beroperasi atau berada.

Menurut Gray et. al., (dalam Imansyah, 2014) teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktifitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang "sah".

Haniffa et. al., (dalam Imansyah, 2014) menyatakan teori legitimasi ini sangat berkaitan dengan kinerja keuangan dan tanggung jawab sosial yaitu apabila terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan dapat kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

Gray et. al., (dalam Yani, 2013) menyatakan bahwa teori legitimasi merupakan suatu kondisi atau status yang ada ketika suatu sistem nilai perusahaan kongruen dengan sistem

nilai dari sistem sosial yang lebih besar dimana perusahaan merupakan bagiannya. Ketika suatu perbedaan yang nyata atau yang potensial ada antara kedua sistem nilai tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Legitimasi didapatkan jika apa yang dijalankan perusahaan telah selaras dengan apa yang juga diinginkan oleh masyarakat. Kelangsungan hidup perusahaan akan terancam jika tidak adanya keselarasan antara sistem nilai perusahaan dengan sistem nilai masyarakat dan menyebabkan perusahaan tidak memperoleh legitimasi. Jadi pengungkapan CSR merupakan hal penting untuk membangun, mempertahankan dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. (Haniffa dalam Sindhudiptha dan Yasa, 2013)

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Menurut Ramadhani dan Hadiprajitno (2012), teori agensi digunakan untuk menggambarkan manajemen perusahaan sebagai agen para pemegang saham, yang diharapkan dapat bertindak bukan hanya untuk kepentingannya sendiri melainkan untuk kepentingan para pemegang saham.

Teori agensi mengasumsikan bahwa setiap individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri sehingga seringkali terdapat kemungkinan konflik dalam hubungan prinsipal dan agen, dimana konflik tersebut timbul sebagai akibat kepentingan yang saling bertentangan. (Yani, 2013)

Prinsip utama teori ini pada dasarnya menyatakan hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yakni pemilik atau pemegang saham dengan pihak yang menerima wewenang (agen) yakni manajemen atau pengelola.

Jensen dan Mekling (dalam Yani, 2013) menyatakan hubungan keagenan adalah suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) melibatkan orang lain (agen) untuk melakukan beberapa layanan atas nama mereka yang melibatkan mendelegasikan sebagian kewenangan pengambilan keputusan kepada agen.

Dalam kaitannya dengan pengungkapan tanggung jawab sosial terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yakni biaya pengawasan (*monitoring cost*), biaya kontrak (*contracting cost*), dan visibilitas politis. Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya – biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di masyarakat). Kemudian sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. (Fahrizqi dalam Yani, 2013)

Corporate Social Responsibility (CSR)

The World Business Council for Sustainable Development (WBSCD), CSR merupakan komitmen bisnis untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas. (Wibisono, 2007)

Menurut John Elkington dalam bukunya "*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*" (dalam Wibisono, 2007) memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan, haruslah memperhatikan 3P. Selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Menurut Guthrie dan Mathews (dalam Wijayanti et al., 2011) bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan proses pengkomunikasian dampak dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah.

Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) saat ini bukan lagi bersifat sukarela, melainkan bersifat wajib bagi beberapa perusahaan untuk menerapkannya. Tanggung jawab sosial perusahaan sering dianggap sebagai inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban – kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada para pemegang saham atau *shareholder*) tetapi kewajiban – kewajiban terhadap pihak – pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban – kewajiban ekonomi dan legal. (Imansyah, 2014)

Ambadar (dalam Wijayanti, 2011) mengemukakan beberapa motivasi dan manfaat yang diharapkan perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi : (1) Perusahaan terhindar dari reputasi negatif perusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek tanpa memperdulikan akibat dari perilaku buruk perusahaan. (2) Kerangka kerja etis yang kokoh dapat membantu para manajer dan karyawan menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja di lingkungan dimana perusahaan bekerja. (3) Perusahaan mendapat rasa hormat dari kelompok inti masyarakat yang membutuhkan keberadaan perusahaan khususnya dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan. (4) Perilaku etis perusahaan aman dari gangguan lingkungan sekitar sehingga dapat beroperasi secara lancar.

Yang diharapkan dari kegiatan *corporate social responsibility* adalah hubungan *corporate* dengan *stakeholders* tidak lagi bersifat pengelolaan saja, tetapi sekaligus melakukan kolaborasi yang dilakukan secara terpadu dan terfokus kepada pembangunan kemitraan. Kemitraan ini tidak lagi bersifat penyangga organisasi tetapi juga menciptakan kesempatan – kesempatan dan keuntungan bersama untuk tujuan jangka panjang dan pembangunan berkelanjutan. Tanggung jawab sosial yang mulanya diberikan oleh perusahaan pada kesejahteraan *stakeholders* lain, pada akhirnya akan mengumpan balik pada *corporate*. Kemitraan ini menciptakan pembagian keuntungan bersama dan tidak menciptakan persaingan negatif yang berpengaruh pada keberlanjutan perusahaan tersebut. (Budimanta dan Rudito dalam Parasayu, 2011)

Kinerja Keuangan Perusahaan

Suyadi dan Agustina (dalam Effendi, 2011) mengatakan bahwa kinerja adalah hasil yang dapat dicapai seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing – masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral maupun etika.

Kinerja perusahaan adalah suatu prestasi kerja yang dicapai oleh perusahaan dalam periode tertentu yang merupakan hasil dari proses kerja yang terjadi dalam periode tersebut. (Rahmani, 2013).

Menurut Tampubolon (dalam Mustafa, 2014) kinerja keuangan adalah pengukuran kinerja perusahaan yang ditimbulkan sebagai akibat dari proses pengambilan keputusan manajemen karena menyangkut pemanfaatan modal, efisiensi dan rentabilitas dari kegiatan perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa kinerja merupakan indikator dari baik buruknya suatu usaha untuk memenuhi tanggung jawab mereka kepada pihak prinsipal serta usaha untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan sehingga dapat mencapai suatu keberhasilan dan prestasi.

Fauzi (dalam Wijayanti et al., 2011) menyatakan bahwa pengukuran kinerja keuangan didasarkan pada pemikiran bahwa mengukur dapat menunjukkan suatu entitas kinerja yang tidak terpengaruhi oleh perbedaan ukuran perusahaan.

Parasayu (2011) mengatakan bahwa penilaian kinerja pada dasarnya merupakan penilaian pada data keuangan finansial yang merupakan rekaman aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

Sedangkan menurut Mulyadi (dalam Parasayu, 2011) penilaian kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya.

Manfaat dari penilaian kinerja keuangan perusahaan ialah untuk mengukur prestasi yang dicapai oleh suatu organisasi pada suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatannya. Penilaian kinerja keuangan juga dapat digunakan sebagai dasar penentuan strategi perusahaan dimasa yang akan datang.

Sedangkan tujuan penilaian kinerja keuangan perusahaan ialah untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk melakukan usahanya dengan stabil. Selain itu penilaian juga bertujuan untuk melihat tingkat keberhasilan yang dicapai.

Return On Assets (ROA)

Return On Assets (ROA) adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. (Faradilla, 2012).

Analisis Return On Assets (ROA) atau sering diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia sebagai rentabilitas ekonomi mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa lalu. Analisis ini kemudian bisa diproyeksikan ke masa depan untuk melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa - masa yang akan datang. (Hanafi dan Halim, 2012)

Menurut Purwanto (2011), ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aktiva tertentu atau dapat dikatakan pula bahwa ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan setiap rupiah aktiva yang digunakan.

Return on assets adalah salah satu bentuk dari rasio yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. (Mustafa, 2014)

Menurut Effendi (2011), rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang tertentu. ROA juga sering disebut sebagai ROI (*Return On Investment*). Semakin tinggi ROA menunjukkan semakin efisiensinya manajemen aset.

Hanafi dan Halim (2012) mengatakan bahwa analisis ROA mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dipunyai perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya - biaya untuk mendanai aset tersebut.

Return On Equity (ROE)

Return on equity merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mengukur tingkat hasil investasi yang dilakukan investor dengan membandingkan antara laba bersih dengan modal sendiri, rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dengan modal sendiri untuk menghasilkan laba bersih. Artinya dengan rasio ini investor dapat mengukur tingkat keuntungan perusahaan dibandingkan dengan modal sendiri. (Yani, 2013)

Sudana (dalam Imansyah, 2014), rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki

perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengolahan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.

Salah satu alasan utama perusahaan beroperasi adalah menghasilkan laba yang bermanfaat bagi para pemegang saham, ukuran yang digunakan dalam pencapaian alasan ini adalah tinggi rendahnya angka ROE yang berhasil dicapai. Semakin tinggi ROE, maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba untuk para pemegang saham. (Imansyah, 2014)

Return on equity adalah rasio profitabilitas lain yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan total ekuitas tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. ROE dipengaruhi oleh ROA dan tingkat leverage keuangan perusahaan. (Faradilla, 2012)

Menurut Brigham dan Houston (dalam Daud dan Amri, 2008), ROE adalah rasio laba bersih terhadap ekuitas saham biasa, mengukur tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham.

Pengertian ROE menurut Syamsuddin (dalam Daud dan Amri, 2008) adalah suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan atas modal yang mereka investasikan didalam perusahaan.

Effendi (2011) mengatakan bahwa ROE adalah salah satu rasio yang digunakan investor untuk mengetahui profitabilitas perusahaan yang mengukur tingkat pengembalian investasi bagi para pemegang saham biasa. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan.

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pemegang saham. Meskipun rasio ini mengukur laba dari sudut pandang pemegang saham, rasio ini tidak memperhitungkan dividen maupun *capital gain* untuk pemegang saham. (Hanafi dan Halim, 2012)

Earning Per Share (EPS)

Keuntungan per lembar saham biasanya merupakan indikator laba yang diperhatikan oleh para investor (peranan modal) yang merupakan angka dasar yang diperlukan dalam menentukan harga saham. (Munawir, 2008)

Munawir (2002) menyatakan bahwa jumlah keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham adalah keuntungan setelah dikurangi pajak pendapatan. Keuntungan netto ini setelah dikurangi dengan dividen dan hak - hak lainnya untuk pemegang saham prioritas, merupakan keuntungan yang tersedia untuk pemegang saham biasa. Dengan cara membagi jumlah keuntungan yang tersedia untuk pemegang saham biasa dengan jumlah lembar saham yang beredar akan diketahui jumlah keuntungan untuk setiap lembar saham tersebut.

Jika yang beredar terdiri dari saham prioritas dan saham biasa maka langkah pertama adalah menentukan keuntungan yang menjadi hak saham prioritas dan hak tersebut dikurangkan pada laba yang diperoleh, baru kemudian menghitung laba per lembar masing - masing saham tersebut. Walaupun dalam keadaan rugi, jika saham prioritas mempunyai hak atau prioritas dalam pembayaran dividen dengan prosentase yang tetap maka hak saham prioritas tersebut harus ditambahkan pada rugi tahun tersebut, sehingga diketahui rugi per lembar saham biasa. (Munawir, 2002)

Prihadi (2012), *earning per share* atau laba per lembar saham digunakan untuk mengukur potensi maksimum yang mungkin diperoleh pemegang saham dalam pembagian laba. Laba per lembar saham hanya berlaku untuk saham biasa. Apabila ada saham preferen, maka jumlah laba bersih perlu disisihkan terlebih dahulu untuk dividen saham preferen.

Rasio ini termasuk dalam rasio pasar. Rasio ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara harga saham terhadap laba dan nilai buku saham. (Prihadi, 2012)

Sawir (2001) mengatakan bahwa *earning per share* (EPS) adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar laba bersih per lembar saham.

Hubungan CSR dengan kinerja keuangan

Berdasarkan penelitian – penelitian terdahulu tentang CSR, factor lingkungan dan faktor sosial memiliki pengaruh yang lebih besar dari faktor – faktor yang justru berkaitan erat dengan perusahaan dalam hal ini citra dari perusahaan dan *brand image*. Investor cenderung memilih berinvestasi pada perusahaan yang memiliki etika bisnis yang baik, praktek terhadap karyawan yang baik, peduli terhadap dampak lingkungan dan memiliki tanggung jawab sosial perusahaan dengan *stakeholder*. (Hana, 2013)

Menurut Smith C (dalam Yani, 2013), *corporate social responsibility* diperlukan agar perusahaan dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan pada akhirnya juga akan meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Apabila sebuah perusahaan terlihat peduli kepada masyarakat, masyarakat juga akan membayangkan bahwa perusahaan juga memiliki kepedulian dalam mengelola produknya. Sehingga timbul kepercayaan akan kualitas produk dan ujungnya pada loyalitas untuk menggunakan produknya. Sehingga hal ini akan mempengaruhi kinerja keuangan suatu perusahaan yang diukur dengan meningkatnya laba yang diperoleh perusahaan. (Santoso dalam Daud dan Amri, 2008)

Menurut McGuire et al. (dalam Daud dan Amri, 2008), aktivitas *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan terbukti dapat meningkatkan reputasi, sehingga memperbaiki hubungan dengan pihak bank, investor, maupun lembaga pemerintahan, dan dari perbaikan hubungan tersebut tercermin pada keuntungan ekonomi perusahaan.

Penelitian terdahulu

Nelling et al. (dalam Wijayanti et al., 2011) menemukan pengaruh yang signifikan antara CSR dengan kinerja keuangan. Sedangkan Chung et al. (dalam Wijayanti et al., 2008), beranggapan bahwa perusahaan yang mengungkapkan CSR lebih banyak maka kinerja keuangan perusahaan cenderung akan meningkat.

Wijayanti et al. (2011) menemukan bahwa *corporate social responsibility* hanya berpengaruh signifikan terhadap *return on equity* (ROE), tidak berpengaruh terhadap *return on assets* (ROA) maupun *earning per share* (EPS).

Hana (2013) menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Artinya, aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak 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 tidak mendapat respon oleh para investor. Akan tetapi CSR berpengaruh positif terhadap return saham. Hal ini berarti dalam laporan keuangan tahunan perusahaan, pengungkapan CSR merupakan salah satu sumber informasi penting dan menentukan dalam proses pengambilan keputusan investasi oleh para investor yang tercermin dari volume return saham.

Sindhudiptha dan Yasa (2013) menemukan bahwa kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan ROA tidak mampu memediasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Tidak mampunya kinerja keuangan memediasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan disebabkan karena proksi ROA belum mampu menggambarkan laba perusahaan yang sebenarnya. Adanya faktor lain yaitu arus kas bersih perusahaan yang diperhitungkan dalam kinerja keuangan perusahaan menyebabkan ROA tidak mampu memediasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian Syahnaz (2012) membuktikan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang

diproksikan dengan *return on assets* (ROA) dan *return on equity* (ROE). Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan akan semakin meningkatkan kinerja keuangan perusahaan perbankan.

Hal ini didukung oleh penelitian Pflieger, et. al. (dalam Ramadhani dan Hadiprajitno, 2012) yang menyatakan bahwa usaha - usaha pelestarian lingkungan oleh perusahaan akan mendatangkan beberapa keuntungan, di antaranya adalah ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan yang diperoleh perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab.

Penelitian Dahlia dan Siregar (dalam Hana, 2013) menyatakan bahwa tingkat pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap variabel ROE sebagai proksi dari kinerja keuangan. Hal ini berarti ada dampak produktif yang signifikan antara aktifitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja keuangan perusahaan.

Perumusan hipotesis

Berdasarkan dari uraian pada rerangka pemikiran diatas dan untuk menjawab identifikasi masalah, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *Return On Assets*

H2 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity*

H3 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *Earning Per Share*

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi juga diartikan sebagai objek penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan - perusahaan manufaktur dalam sektor industri barang konsumsi (*consumer goods industry*) yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan yang melakukan kegiatan CSR dalam lima periode secara berturut - turut, yaitu pada tahun 2009 - 2013. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Perusahaan merupakan kelompok perusahaan manufaktur dalam sector industri barang konsumsi (*consumer goods industry*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selamatahun 2009 - 2013, (2) Perusahaan sampel menerbitkan laporan tahunan secara berturut - turut selama tahun 2009 - 2013, (3) Perusahaan sampel melakukan *corporate social responsibility* secara berturut - turut pada tahun 2009 - 2013, (4) Data sampel tersedia pada publikasi pada tahun 2009 - 2013, (5) Perusahaan sampel tidak mengalami *delisting* dari Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009 - 2013 sehingga dapat melakukan aktivitas perdagangan di Bursa Efek Indonesia secara berturut - turut.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Independen

Corporate Social Responsibility

Pada penelitian ini, CSR diukur dengan menggunakan index pengungkapan sosial yang merupakan *variabel dummy*. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut :

$$CSRI = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan :

CSRI = CSR index perusahaan / indeks pengungkapan perusahaan.

n = Jumlah semua item untuk perusahaan, n = 78 item

Xi = Total keseluruhan item untuk perusahaan. *dummy variable* : 1=jika item diungkapkan;
0=jika tidak diungkapkan

Dengan demikian, $0 \leq \text{CSRI} \leq 1$

Untuk penelitian ini indikator yang digunakan untuk menilai populasi sampel adalah 7 aspek, yaitu Lingkungan, Energi, Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja, Lain - lain Tenaga Kerja, Produk, Keterlibatan Masyarakat, Umum.

Variabel Dependen

a. Return On Assets (ROA)

Return On Assets (ROA) merupakan variabel yang menunjukkan seberapa banyak laba bersih yang diperoleh dari keseluruhan aset yang dimiliki oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR. Semakin besar ROA menunjukkan bahwa kinerja perusahaan semakin baik karena return perusahaan semakin besar. Rumus yang digunakan untuk menghitung ROA adalah sebagai berikut :

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

b. Return On Equity (ROE)

Return On Equity (ROE) merupakan variabel yang mengukur pengembalian atas seluruh ekuitas yang dimiliki perusahaan yang akan digunakan untuk program CSR. ROE adalah gambaran perusahaan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, efisiensi perusahaan dalam mengelola aset dan hutang yang dipakai untuk melakukan suatu usaha. Rumus untuk menghitung ROE adalah :

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

c. Earning Per Share (EPS)

Earning Per Share (EPS) adalah rasio yang digunakan untuk seberapa besar laba bersih per lembar saham yang diperoleh perusahaan dalam pembagian laba. EPS merupakan laba bersih setelah pajak yang dikurangi deviden dan dibagi dengan total seluruh saham. Rumus menghitung EPS adalah sebagai berikut :

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Lembar Saham Yang Beredar}}$$

Variabel Kontrol

a. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan faktor yang menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba perusahaan.

b. Leverage

Leverage adalah prosentase perbandingan antara total hutang dengan total ekuitas. Leverage dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh ekuitas.

Teknik Analisis Data

Model analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah model regresi. Model regresi untuk kinerja keuangan adalah sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \beta_0 + \beta_1 \text{CSRI} + \beta_2 \text{LEV} + \beta_3 \text{SIZ} + \varepsilon \quad (\text{model 1})$$

$$\text{ROE} = \beta_0 + \beta_1 \text{CSRI} + \beta_2 \text{LEV} + \beta_3 \text{SIZ} + \varepsilon \quad (\text{model 2})$$

$$\text{EPS} = \beta_0 + \beta_1 \text{CSRI} + \beta_2 \text{LEV} + \beta_3 \text{SIZ} + \varepsilon \quad (\text{model 3})$$

Keterangan :

CSRI : *Corporate Social Responsibility Index*

ROA : *Return On Assets*

ROE : *Return On Equity*

EPS : *Earning Per Share*

LEV : *Leverage*

SIZ : *Ukuran Perusahaan*

$\beta_0 - \beta_2$: *Koefisien yang diestimasi*

ε : *Error Term, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian*

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRI	110	,18	,37	,3059	,04477
Leverage	110	,10	9,47	,9136	1,23870
Size	110	11,00	13,89	12,2964	,71439
ROA	110	,29	65,72	15,0286	13,43417
ROE	110	,71	323,19	29,7813	41,58465
EPS	110	,24	55.588,00	2.296,1073	6.915,11373
Valid N (listwise)	110				

Dengan melihat analisis deskriptif pada tabel 1 diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel CSRI menunjukkan nilai minimum sebesar 0,18 dan nilai maksimum sebesar 0,37. Nilai rata - rata CSRI sebesar 0,3059 dengan standar deviasi sebesar 0,04477. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa tingkat pengukuran CSR perusahaan pada perusahaan sampel rendah. Variabel ROA menunjukkan nilai minimum sebesar 0,29 dan nilai maksimum sebesar 65,72. Nilai rata - rata dari ROA sebesar 15,0286 dengan standar deviasi sebesar 13,43417. ROE menunjukkan nilai minimum sebesar 0,71 dan nilai maksimum sebesar 323,19. Nilai rata - rata dari ROE sebesar 29,7813 dengan standar deviasi sebesar 41,58465. EPS menunjukkan nilai minimum sebesar 0,24 dan nilai maksimum sebesar 55.588,00. Nilai rata - rata dari EPS sebesar 2.296,1073 dengan standar deviasi sebesar 6.915,11373.

Leverage menunjukkan nilai minimum sebesar 0,10 dan nilai maksimum sebesar 9,47. Nilai rata - rata dari leverage sebesar 0,9136 dengan standar deviasi sebesar 1,23870. Ukuran perusahaan menunjukkan nilai minimum sebesar 11,00 dan nilai maksimum sebesar 13,89. Nilai rata - rata dari ukuran perusahaan sebesar 12,2964 dengan standar deviasi sebesar 0,71439.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas. Dengan melihat grafik probability plot terlihat bahwa titik - titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi uji asumsi normalitas.

b. Uji Autokorelasi. Dari hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa variabel ROA terdapat autokorelasi negatif. Karena nilai D-W berada diatas +2 yaitu sebesar 2,143. Sedangkan

variabel ROE dan EPS memiliki nilai D-W terletak diantara -2 sampai +2 yaitu sebesar 2,010 dan 2,013. Ini artinya tidak ada autokorelasi.

c. **Uji Heteroskedastisitas.** Dari hasil *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y secara acak sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas.

d. **Uji Multikolinieritas.** Dari hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai VIF disekitar angka 1 dan Tollerance mendekati angka 1. Ini artinya bahwa tidak ada problem multikolinieritas.

Analisis Regresi

Tabel 2
Analisis Regresi Sederhana CSR terhadap ROA
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.682	3.718		2.066	.041
	CSRI	1.055	.531	.189	1.989	.049
	Leverage	.249	.097	.250	2.581	.011
	Size	4.481	1.523	.295	2.942	.004

a. Dependent Variable: ROA

$$Y_1 = 7,682 + 1,055 \text{ CSRI} + 0,249 \text{ LEV} + 4,481 \text{ SIZ} + \varepsilon$$

Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Assets* (ROA) signifikan positif. Hal ini dikarenakan dengan perusahaan melakukan kegiatan CSR, maka akan semakin meningkatkan pula tingkat pengembalian atas aset yang akan berdampak juga pada laba perusahaan yang semakin meningkat.

Tabel 3
Analisis Regresi Sederhana CSR terhadap ROE
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.307	4.023		1.071	.287
	CSRI	.863	.576	.142	1.499	.137
	Leverage	.236	.099	.230	2.385	.019
	Size	3.359	1.643	.203	2.045	.043

a. Dependent Variable: ROE

$$Y_2 = 4,307 + 0,863 \text{ CSRI} + 0,236 \text{ LEV} + 3,359 \text{ SIZ} + \varepsilon$$

Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Equity* (ROE) tidak signifikan dengan arah bernilai positif. Hal ini dikarenakan jika sebuah perusahaan memiliki modal yang sedikit, maka untuk melakukan kegiatan CSR akan semakin susah. Sebab jika modal yang diperoleh sedikit tetapi masih melakukan CSR maka akan berdampak kerugian pada perusahaan.

Tabel 4
Analisis Regresi Sederhana CSR terhadap EPS
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.288	7.610		2.272	.025
	CSRI	2.067	1.274	.149	1.622	.108
	Leverage	.719	.299	.229	2.406	.018
	Size	6.201	2.943	.199	2.107	.037

a. Dependent Variable: EPS

$$Y_3 = 17,288 + 2,067 \text{ CSRI} + 0,719 \text{ LEV} + 6,201 \text{ SIZ} + \epsilon$$

Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Per Share* (EPS) tidak signifikan dengan arah bernilai positif. Hal ini dikarenakan dengan adanya keuntungan yang didapat dari hasil penjualan saham perusahaan maka akan mempengaruhi para investor.

Pengujian Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5
Hasil Uji Koefisien Determinasi Y₁
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.335 ^a	.112	.087	.84120	2.143

a. Predictors: (Constant), Size, CSRI, Leverage

b. Dependent Variable: ROA

Nilai determinasi (R²) sebesar 0,112 atau 11 %.Ini artinya perubahan yang terjadi pada variabel ROA sebesar 11 % mampu dijelaskan oleh variabel *corporate social responsibility index*, serta ukuran perusahaan (*size*) dan *leverage* sebagai variabel kontrol. Sedangkan sisanya sebesar 89 % dipengaruhi oleh faktor - faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi Y₂
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.348 ^a	.121	.096	.91323	2.010

a. Predictors: (Constant), Size, CSRI, Leverage

b. Dependent Variable: ROE

Nilai determinasi (R²) sebesar 0,121 atau 12 %.Ini artinya perubahan yang terjadi pada variabel ROE sebesar 12 % mampu dijelaskan oleh variabel *corporate social responsibility index*, serta ukuran perusahaan dengan *leverage* sebagai variabel kontrol. Sedangkan sisanya sebesar 88 % dipengaruhi oleh faktor - faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 7
 Hasil Uji Koefisien Determinasi Y_3
 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.354 ^a	.125	.101	2,79410	2.013

a. Predictors: (Constant), Size, CSRI, Leverage

b. Dependent Variable: EPS

Nilai determinasi (R^2) sebesar 0,125 atau 12 %.Ini artinya bahwa EPS sebesar 12 % mampu dijelaskan oleh variabel variabel *corporate social responsibility index*, serta ukuran perusahaan dengan *leverage* sebagai variabel kontrol. Sedangkan sisanya sebesar 88 % dipengaruhi oleh faktor - faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji Univariat

Tabel 8
 Hasil Uji Univariat Y_1
 ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.484	3	3.161	4.467	.005 ^a
	Residual	75.008	106	.708		
	Total	84.492	109			

a. Predictors: (Constant), Size, CSRI, Leverage

b. Dependent Variable: ROA

Nilai F hitung sebesar 4,467 dengan tingkat signifikansi 0,05. Dapat disimpulkan bahwa CSRI, *size*, *leverage* berpengaruh terhadap ROA. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa jika ada perubahan pada CSRI, *size*, *leverage* akan mempengaruhi pada Return On Assets (ROA) atau tingkat pengembalian atas asset perusahaan, dimana apabila semakin tinggi nilai CSRI, *size*, *leverage* maka terdapat kemungkinan perusahaan akan mendapat pengembalian atas asset lebih besar.

Tabel 9
 Hasil Uji Univariat Y_2
 ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.201	3	4.067	4.876	.003 ^a
	Residual	88.403	106	.834		
	Total	100.604	109			

a. Predictors: (Constant), Size, CSRI, Leverage

b. Dependent Variable: ROE

Nilai F hitung sebesar 4,876 dengan tingkat signifikansi 0,003 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa CSRI, *size*, *leverage* tidak berpengaruh terhadap ROE. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa jika ada perubahan pada CSRI, *size*, *leverage* maka tidak akan mempengaruhi Return On Equity (ROE) atau tingkat pengembalian atas ekuitas atau modal perusahaan, dimana apabila semakin tinggi nilai CSRI, *size*, *leverage* maka terdapat kemungkinan perusahaan akan mendapat pengembalian atas asset kecil.

Tabel 27
Hasil Uji Univariat Y₃
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	118.655	3	39.552	5.066	.003 ^a
	Residual	827.540	106	7.807		
	Total	946.196	109			

a. Predictors: (Constant), Size, CSRI, Leverage

b. Dependent Variable: EPS

Nilai F hitung sebesar 5,066 dengan tingkat signifikansi 0,003 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa CSRI, *size*, *leverage* tidak berpengaruh terhadap EPS. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa jika ada perubahan pada CSRI, *size*, *leverage* maka tidak akan mempengaruhi Earning Per Share (EPS) atau pendapatan atas penjualan saham perusahaan, dimana apabila semakin tinggi nilai CSRI, *size*, *leverage* maka terdapat kemungkinan perusahaan akan mendapat pendapatan atas penjualan saham perusahaan kecil.

c. Uji Parsial (Uji t)

Return On Assets (ROA) mempunyai nilai probabilitas sebesar 0,049 dengan tingkat signifikan 0,05 sehingga nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi. Hal ini berarti bahwa CSR mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ROA.

Return On Equity mempunyai nilai probabilitas sebesar 0,137 dengan tingkat signifikan 0,05 sehingga nilai probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi. Hal ini berarti bahwa CSR tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ROE.

Earning Per Share mempunyai nilai probabilitas sebesar 0,108 dengan tingkat signifikan 0,05 sehingga nilai probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi. Hal ini berarti bahwa CSR tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap EPS.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi (*consumer goods industry*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2009 – 2013, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut : (1) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan yang meliputi *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Earning Per Share* (EPS) dengan *leverage* dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol, (2) *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA). Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA) diterima, (3) *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE). Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE) ditolak, (4) *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Earning per Share* (EPS). Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *Earning Per Share* (EPS) ditolak.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat peneliti ajukan adalah sebagai berikut : (1) Penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambah jumlah sampel yang akan diteliti, tidak hanya sebatas sektor industri barang konsumsi (*consumer goods industry*) saja, akan tetapi seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), (2) Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan analisis rasio yang lain sebagai perhitungan kinerja keuangan perusahaan, (3) Peneliti dapat menggunakan perusahaan manufaktur dengan periode pengamatan yang lebih panjang untuk dijadikan sampel perusahaan pada penelitian selanjutnya.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan - keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi (*consumer goods industry*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan tahun pengamatan 5 tahun yaitu tahun 2009 - 2013 dengan total perusahaan sebanyak 22 perusahaan, (2) Penelitian ini hanya menggunakan *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Earning Per Share* (EPS) sebagai variabel kinerja keuangan untuk meneliti pengaruh yang terjadi pada program CSR perusahaan, (3) Untuk menilai program kegiatan CSR dalam penelitian ini masih kurang karena tidak semua perusahaan manufaktur yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI) merencanakan dan melaksanakan kegiatan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Daud, R. M. dan A. Amri. 2008. Pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi* : 213-231.
- Efendi, E. Z. 2011. Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan-Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2009. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Faradilla. 2012. Pengaruh Kinerja Keuangan dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Hana, Z. R. F. 2013. Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi* : 1-14.
- Hanafi, M. M. dan A. Halim. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi keempat. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Imansyah, S. I. 2014. Pengaruh Profitabilitas pada Nilai Perusahaan : Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Munawir, S. 2002. *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi keempat. Liberty. Yogyakarta.
- Mustafa, C. C. 2014. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.

- Parasayu, R. E. 2011. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Prihadi, T. 2012. *Memahami Laporan Keuangan sesuai IFRS dan PSAK*. PPM. Jakarta Pusat.
- Purwanto, A. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*. 8(1): 1-94.
- Ramadhani, L., S. dan B. Hadiprajitno. 2012. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*. 8(2) : 95 – 189.
- Rahmani, A. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Sawir, A. 2001. *Analisi Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sindhudiptha, I. N. S. Y. dan G. W. Yasa. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility pada Kinerja Keuangan Perusahaan dan Implikasinya terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*. 4(2): 388-405.
- Sunarko, M. R. dan D. S. P. Astuti. 2012. Rasio Keuangan dan Kinerja Perusahaan Financial Ratios and Performance of the Company. *Jurnal Akuntansi*. XXIV(1): 101-109.
- Syahnaz, M. 2012. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan. *Jurnal Akuntansi*.
- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007. *Perseroan Terbatas*. 16 Agustus 2007. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106. Jakarta.
- _____. Nomor 25 Tahun 2007. *Penanaman Modal*. 26 April 2007. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67. Jakarta.
- Untung, H. B. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Cetakan Pertama. Sinar Grafika. Jakarta.
- Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Fascho Publishing. Gresik
- Wijayanti, F. T., Sutaryo, dan M. A. Prabowo 2011. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi* : 1-29.
- Yani, W. 2013. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.