

**PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN  
DENGAN KEPEMILIKAN MANAJEMEN  
SEBAGAI VARIABEL MODERATING  
(Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Bursa Efek Indonesia  
Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2012-2014)**

**SKRIPSI**



Oleh:

**NUR AZIZAH PRATIWI**

**NIM : 12520052**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2016**

**PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN  
DENGAN KEPEMILIKAN MANAJEMEN  
SEBAGAI VARIABEL MODERATING  
(Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Bursa Efek Indonesia  
Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2012-2014)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:  
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

**NUR AZIZAH PRATIWI**

**NIM :12520052**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2016**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN  
DENGAN KEPEMILIKAN MANAJEMEN  
SEBAGAI VARIABEL MODERATING  
(Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Bursa Efek Indonesia  
Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2012-2014)**

Oleh

**NUR AZIZAH PRATIWI**

**NIM :12520052**

Telah disetujui pada tanggal 13 Juni 2016

Dosen Pembimbing,



**Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA**  
**NIP. 19720322 200801 2 005**

Mengetahui :

Ketua Jurusan,



**Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA**  
**NIP. 19720322 200801 2 005**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN  
DENGAN KEPEMILIKAN MANAJEMEN  
SEBAGAI VARIABEL MODERATING**



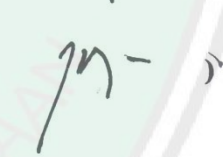
**(Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Bursa Efek Indonesia  
Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2012-2014)**

**SKRIPSI**

Oleh  
**NUR AZIZAH PRATIWI**  
NIM : 12520052

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakam Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada 27 Juni 2016

**Susunan Dewan Penguji :**

- |  | <b>Tanda Tangan</b>  |
|--|--|
| 1. Ketua Penguji<br><u>Hj. Meldona, SE.,MM.,Ak.,CA</u><br>NIP. 19770702 200604 2 001                   | :(  )  |
| 2. Dosen Pembimbing/Sekretaris<br><u>Nanik Wahyuni, SE.,M.Si.,Ak.,CA</u><br>NIP. 19720322 200801 2 005 | :(  ) |
| 3. Penguji Utama<br><u>Dr.HA. Muhtadi Ridwan,M.A</u><br>NIP. 19550302 198703 1 004                     | :(  ) |

Disahkan Oleh:  
Ketua Jurusan,



Nanik Wahyuni, SE.,M.Si.,Ak.,CA  
NIP. 19720322 200801 2 005

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Azizah Pratiwi  
NIM : 12520052  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang, dengan judul:

**PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DENGAN KEPEMILIKAN MANAJEMEN SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

**(Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Bursa Efek Indonesia Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2012-2014)**

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan siapapun.

Malang, 13 juni 2016

Hormat Saya,



Nur Azizah Pratiwi  
NIM : 12520052

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Kupersembahkan skripsi ini untuk:**

*Ayah dan Ibuku tercinta*

*Yang selalu memberikan do'a yang menjadi kekuatan bagiku untuk berusaha lebih baik serta motivasi dan dukungan yang tiada henti kalian berikan*

*Adikku Jannatul Ainia Prameswari dan Ahmad Ridwan Prasetyo*

*Canda tawamu yang selalu menghibur*

*Memberiku semangat disetiap kelelahan*

*Dan Terima kasih juga Keluarga di Pasuruan terutama om, bunda, tante, nenek dan kakek*

*Yang banyak memberikan kekuatan dan motivasi untuk terus berjuang*

*Sahabat-Sahabat Akuntansi 2012, teman-teman kontrakan tingkat, PM kel.*

*133, Terima kasih atas warna warni berbeda yang kau beri dalam perjalananku*

*Tak lupa pula ku sampaikan beribu-ribu rasa terima kasih kepada seluruh*

*keluarga Besar UIN Maliki Malang, yg telah memberikan bekal baru dihidupku*

## **HALAMAN MOTTO**

*Sesungguhnya Bersama Kesukaran itu ada Keringanan.*

*Karena itu bila kau sudah selesai (mengerjakan yang lain).*

*Dan berharaplah kepada Tuhanmu.*

*(Q.S Al Insyirah: 6-8)*

Jika kamu memiliki keinginan untuk memulai sesuatu,  
maka kamu uga harus mempunyai keinginan dan  
keberanian untuk menyelesaikannya, bukan hanya  
mengakhirinya

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating Perusahaan Manufaktur BEI Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2012-2014”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Skripsi ini dibuat dengan harapan memberikan wawasan baru dunia pendidikan kita dalam menghadapi tantangan zaman yang akan datang, selain itu juga sebagai prasyarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Malang yang telah memberikan fasilitas peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM. M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang.



3. Ibu Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang.
4. Ibu Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA selaku Dosen Pembimbing, yang dengan tulus hati serta penuh kesabaran, dalam membimbing dan mengarahkan penyusunan skripsi ini.
5. Segenap Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan motivasi, fasilitas, bimbingan dan ilmunya kepada peneliti.
6. Ayah, ibu, adik dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moril dan spiritual
7. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal 'Alamin...

Malang, 13 Juni 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b>	
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Arab).....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teoritis .....	14
2.2.1 Kinerja Keuangan Perusahaan.....	14
2.2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	16
2.2.3 Kepemilikan Manajemen.....	29
2.3 Integritas CSR dengan perspektif Islam .....	31
2.4 Kerangka Konseptual.....	37
2.5 Hipotesis.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	41
3.3 Teknik Pengambilan sampel.....	42
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Variabel .....	43
3.4.1 Variabel Independen.....	43
3.4.2 Variabel Dependen.....	45
3.4.3 Variabel Moderasi .....	46
3.5 Metode Analisis Data .....	47
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.5.1.1 Uji Normalitas .....	47
3.5.1.2 Uji Multikolinearitas .....	47
3.5.1.3 Uji Autokorelasi .....	48
3.5.1.4 Uji Heteroskedastisitas .....	48

3.5.2 Analisis Regresi .....	49
3.5.3 Uji Hipotesis .....	50
3.5.3.1 Uji F .....	50
3.5.3.2 Uji t .....	51
3.5.4 Uji Koefisien Determinasi .....	51
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1 Analisis Data Hasil Penelitian .....	52
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	71
4.1.2.1 Variabel Independen .....	71
4.1.2.2 Variabel Dependen.....	72
4.1.2.3 Variabel Pemoderasi .....	73
4.1.3 Analisis Data .....	74
4.1.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	74
4.1.3.1.1 Uji Normalitas .....	74
4.1.3.1.2 Uji Multikolinearitas .....	75
4.1.3.1.3 Uji Autokorelasi .....	77
4.1.3.1.4 Uji Heterokedastisitas .....	78
4.1.3.2 Analisis Regresi .....	79
4.1.3.3 Pengujian Hipotesis.....	83
4.1.3.3.1 Uji Statistik F .....	83
4.1.3.3.2 Uji Statistik t.....	84
4.1.3.3.3 Koefisien Determinasi.....	86
4.2 Pembahasan .....	88
4.2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i> Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan .....	88
4.2.2 Kepemilikan Manajemen Tidak Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan .....	89
4.2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> Tidak Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan dimoderasi Kepemilikan Manajemen .....	90
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>92</b>
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Keterbatasan .....	93
5.1 Saran .....	94

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 4.1 Penentuan Sampel Penelitian.....	53
Tabel 4.2 Hasil perhitungan <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	72
Tabel 4.3 Hasil perhitungan <i>Return on Equity</i> (ROE).....	73
Tabel 4.4 Hasil perhitungan kepemilikan manajemen.....	74
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Data.....	75
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi.....	78
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	79
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi 1.....	80
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi 2.....	81
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi 3.....	82
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	83
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	84
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi.....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	37
-----------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.  
Sampel Penelitian dan Daftar Perusahaan Sampel Penelitian.
- Lampiran 2.  
Indikator Pengungkapan Corporate Social Responsibility GRI G4
- Lampiran 3.  
Hasil Perhitungan Kinerja Keuangan Perusahaan (ROE)
- Lampiran 4.  
Hasil Perhitungan Kepemilikan Manajemen
- Lampiran 5.  
Hasil Output Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6.  
Hasil Output Analisis Regresi
- Lampiran 7.  
Hasil Output Uji Hipotesis
- Lampiran 8.  
Biodata Peneliti
- Lampiran 9.  
Bukti Konsultasi



## ABSTRAK

**Nur Azizah Pratiwi. 2016. SKRIPSI. Judul : “Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating Perusahaan Manufaktur Bursa Efek Indonesia Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2012-2014”.**

Pembimbing : Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA

Kata Kunci : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Keuangan, Kepemilikan Manajemen.

---

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk melihat pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan dimoderasi oleh kepemilikan manajemen.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diukur menggunakan indikator pengungkapan GRI G4. Sebelumnya terdapat pengungkapan GRI G3, letak perbedaan antara keduanya dalam hal standar pengungkapannya yaitu GRI G3 yaitu GRI G3 terdiri dari 3 pengungkapan, sedangkan GRI G4 terdiri dari 2 pengungkapan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan yang diukur menggunakan ROE. Sedangkan kepemilikan manajemen diukur menggunakan persentase jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen dari seluruh saham yang beredar. Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur BEI Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2012-2014. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini yaitu secara simultan pengungkapan CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Secara parsial pengungkapan CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, sedangkan kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dan pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan dimoderasi kepemilikan manajemen. Hal ini mengindikasikan dengan mengungkapkan CSR semakin luas, maka kinerja keuangan semakin meningkat. Akan tetapi kepemilikan manajemen dalam perusahaan tersebut tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan karena prosentase kepemilikan manajemen sangat kecil. Kepemilikan manajemen relatif kecil karena peraturan Bapepam IX.A.7 yang membatasi jumlah kepemilikan oleh karyawan yakni maksimal 10% dari jumlah penawaran umum saham.

## ABSTRACT

**Nur Azizah Pratiwi. 2016. Thesis. Title: *The Disclosure of Corporate Social Responsibility against the Corporate Financial Performance with Management Ownership as Moderating Variable of Manufacture Company in Indonesia Stock Exchange Sector of Consumer Goods Industry in 2012-2014*."**

*Supervisor* : Nanik Wahyuni, SE., M.Sc., Ak., CA

*Keywords* : *Disclosure of Corporate Social Responsibility, Financial Performance, Management Ownership.*

*This study aims to observe the effect of CSR on financial performance of the company. In addition, this study also aimed to determine the effect of CSR disclosure on the company's financial performance moderated by ownership management.*

*The independent variable in this study is the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) measured using indicators of GRI G4 disclosure. Previously, there were disclosures of GRI G3, the difference between them in terms of disclosure standard is GRI G3 consists of 3, while the GRI G4 consists of 2, while the dependent variable in this study is the company's financial performance measured by ROE. While management ownership is measured by the percentage of shares owned by the management of all shares. The sample was a BEI manufacturing company of Consumer Goods Industry Sector year 2012-2014. Analysis of the data in this study is using multiple linear regression analysis model.*

*The results of this study is that simultaneously the disclosure of CSR affects financial performance of companies with ownership management as a moderating variable. Partially, CSR affects the company's financial performance, while management ownership does not affect the company's financial performance. And the disclosure of CSR does not affect the company's financial performance when moderated with management ownership. This indicates that by revealing the CSR more, the financial performance is increasing. But the ownership of the management of the company does not affect the company's financial performance because of the percentage of management ownership is very small. Management ownership is relatively small because Bapepam regulations IX.A.7 which limits the amount of ownership by the employees with a maximum of 10% of the public offering shares.*



## الملخص

نور عزيزة فراتيوي. 2016 . البحث الجامعي. العنوان: "الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات ألى أداء المالية للشركات بملكية الإدارة كالمتغير المعتدال لشركة التصنيع بورصة اندونيسيا قطاع الصناعة السلع الاستهلاكية عام 2012-2014".

المشرف: نانيك وحيوي الماحيستر

كلمات البحث: الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، الأداء المالية، ملكية الإدارة.

يهدف هذه البحث إلى نظرة على تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى الأداء المالية للشركة. وبالإضافة، يهدف هذا البحث إلى نظرة تأثير الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في الأداء المالية للشركة معتدلا من قبل ملكية الإدارة.

المتغيرات المستقلة في هذا البحث هي الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) تقاس باستخدام مؤشرات الإفصاح G4 GRI. في السابق كانت هناك إفصاحات GRI G3، والفرق بينهما من حيث مستوى الإفصاح هو GRI G3 يتكون من 3، في حين يتكون G4 GRI من 2، و في حين أن المتغير التابع في هذا البحث هو الأداء المالية للشركة تقاس العائد باستخدام ROE. في حين ملكية الإدارة تقاس بنسبة الأسهم المملوكة من قبل الإدارة في جميع الأسهم المستحقة. وكانت العينة هي شركة التصنيع BEI قطاع الصناعة السلع الاستهلاكية عام 2012-2014. تحليل البيانات في هذا البحث باستخدام نموذج متعددة تحليل الانحدار الخطي.

نتائج هذا البحث هي الإفصاح في وقت واحد من المسؤولية الاجتماعية للشركات تؤثر على الأداء المالية للشركات بملكية الإدارة كالمتغير المعتدال. أما جزئيا فالمسؤولية الاجتماعية للشركات تؤثر على الأداء المالية للشركة، في حين أن ملكية الإدارة لا تؤثر على الأداء المالية للشركة. و الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات لا يؤثر على الأداء المالية للشركة معتدلا بملكية الإدارة. وهذا يدل بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات أكثر شمولا، فالأداء المالية آخذ في الازدياد. ولكن ملكية الإدارة الشركة لا تؤثر على الأداء المالية للشركة لأن النسبة صغيرة من ملكية الإدارة جدا. ملكية الإدارة صغيرة نسبيا لأن وائح IX.A.7 Bapepam التي تحد من عدد الملكية من قبل الموظفين، أي بحد أقصى 10٪ من إجمالي الطرح العام.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya Mangkunegara (2009). Sedangkan menurut Moeheriono (2009) kinerja adalah gambaran mengenai tingkatan pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, visi, misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi.

Kinerja perusahaan adalah hasil kerja secara kualitas maupun kuantitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Kinerja bisa diukur dari segi keuangan dan operasional (non keuangan). Menurut Fahmi (2012) menyatakan bahwa kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan melaksanakan tugas dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Sedangkan kinerja operasional menurut Suta (2007) adalah penentuan secara periodik tampilan perusahaan yang berupa kegiatan operasional, struktur organisasi dan karyawan berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

Profitabilitas merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menilai keberhasilan suatu perusahaan. Perusahaan tidak boleh hanya mementingkan profitabilitas saja, akan tetapi perusahaan juga seharusnya peduli terhadap masyarakat dan lingkungan disekitarnya. Untuk menunjukkan kepedulian

perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, maka muncullah program pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Pertanggungjawaban sosial biasanya disebut *Corporate Sosial Responsibility*. *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut Nasir (2013) merupakan suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada.

Tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Konsep *triple bottom line* yaitu sebuah konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) pada aspek keuangan, aspek sosial dan aspek lingkungan yaitu *people, profit* dan *planet* (Rachman, dkk : 2011). Dengan begitu perusahaan tidak hanya memiliki tugas untuk mendapatkan laba, tapi juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan.

Banyak orang yang menganggap bahwa CSR adalah investasi perusahaan untuk jangka panjang. Karena dengan menerapkan program CSR yang baik dan berkelanjutan maka perusahaan akan mendapatkan tempat di masyarakat dan kepercayaan dari para karyawan dan stakeholder. Di Indonesia *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah diatur dalam undang – undang sejak 16 Agustus 2007 melalui Undang – Undang Perseroan Terbatas (UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas), UU ini mengikat semua jenis perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas baik itu milik swasta maupun Milik Negara.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure, corporate social reporting, social accounting* atau

*corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi tambahan dari perusahaan. (Ramadhani, 2012)

Sebagai sarana pertanggungjawaban kepada investor dan stakeholder dan untuk menilai keberhasilan CSR, maka diperlukan adanya pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang biasa disebut *Corporate Social Disclosure* (CSD) dalam laporan keuangan tahunan. CSD dalam laporan keuangan tahun ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi baik dalam hal keuangan maupun non keuangan. Selain berusaha untuk mencapai kepentingan pemegang saham dan berfokus pada pencapaian laba, setiap pelaku ekonomi juga mempunyai tanggung jawab sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan, sebagaimana dinyatakan oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (Revisi 2009) Paragraf kedua belas

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan”

Tidak semua perusahaan harus mengungkapkan *Corporate Social Disclosure* (CSD) dalam laporan keuangan mereka, akan tetapi menurut peraturan Bapepam

N0. KEP-13/BL/2006 pada 7 Desember 2006, untuk perusahaan yang sudah terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) diwajibkan untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*.

Kerangka pengungkapan CSR yang sudah diakui di seluruh dunia yaitu *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI adalah sebuah kerangka pelaporan untuk membuat *sustainability reports* yang terdiri atas prinsip-prinsip pelaporan, panduan pelaporan dan standar pengungkapan (termasuk di dalamnya indikator kinerja). Saat ini GRI G4 merupakan kerangka pelaporan yang terbaru yang dikeluarkan pada tahun 2013, akan tetapi sebelumnya terdapat GRI G3.

Perbedaan antara GRI G3 dengan GRI G4 dalam hal standar pengungkapannya yaitu, pada GRI G3 terdapat tiga jenis pengungkapan yang terkandung dalam bagian ini, yang pertama strategi dan profil adalah pengungkapan yang menentukan konteks keseluruhan dalam memahami kinerja organisasi, seperti strategi, profil dan tata kelola. Kedua, pendekatan manajemen yaitu pengungkapan yang mencakup bagaimana sebuah organisasi mengarahkan seperangkat topik dalam menyediakan konteks untuk memahami kinerja pada wilayah tertentu. Ketiga, Indikator kinerja adalah indikator yang menghasilkan perbandingan informasi mengenai kinerja organisasi dalam hal ekonomi, lingkungan dan sosial.

Sedangkan standar pengungkapan pedoman G4, terdapat dua jenis pengungkapan yang berbeda yaitu pengungkapan standar umum dan pengungkapan standar khusus. Pengungkapan standar umum berlaku untuk semua organisasi yang menyiapkan laporan keberlanjutan. Pengungkapan standar umum

dibagi menjadi tujuh bagian yaitu strategi dan analisis, profil organisasi, aspek material, boundary teridentifikasi, hubungan dengan pemangku kepentingan, profil laporan, tata kelola, serta etika dan integritas. Jenis yang kedua adalah pengungkapan standar khusus, pedoman ini mengatur pengungkapan standar khusus kedalam tiga katagori yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Katagori sosial lebih lanjut dibagi kedalam empat sub-kategori, yaitu: praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab atas produk. ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org))

National Center for Sustainability Reporting (NCSR) sering menggelar acara penghargaan “*Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)*”. Sejak dimulainya ISRA di tahun 2005, telah mendorong kesadaran perusahaan akan pentingnya laporan keberlanjutan. Ketua Tim Juri ISRA 2012, Sarwono Kusumaatmadja mengatakan:

“Kami sangat gembira karena animo perusahaan untuk membuat laporan keberlanjutan atau laporan CSR semakin meningkat dari tahun ke tahun. Kami terus mendorong perusahaan-perusahaan lainnya untuk melakukan langkah yang sama sebagai bentuk pertanggung jawabannya kepada publik” (<http://www.ncsr-id.org/2012/12/23/isra-2012-sewindu-penghargaan-sustainability-reporting-laporan-keberlanjutan-di-indonesia-dan-kini-merambah-ke-asia-tenggara/>).

Jika tahun 2005 tercatat hanya satu perusahaan yang membuat laporan keberlanjutan, maka tahun 2012 ini, sudah ada 40 perusahaan di Indonesia yang membuat laporan keberlanjutan sebagai sarana komunikasi kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungannya kepada publik. Hingga kini, perusahaan-perusahaan yang telah mengembangkan Laporan Keberlanjutan, 70% berasal dari perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan 30% adalah swasta.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengungkapkan bahwa aktivitas-aktivitas CSR dalam suatu perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Hermi (2014) yang menunjukkan bahwa pengungkapan aktivitas CSR (*CSR Disclosure*) berpengaruh positif dan memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap ROA. Penelitian Dahlia dan Siregar (2008) menunjukkan hubungan positif antara CSR dan kinerja perusahaan. Akan tetapi ada juga penelitian yang menyebutkan bahwa CSR memiliki pengaruh yang negatif terhadap kinerja perusahaan, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2012) bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Perusahaan yang juga memiliki andil dalam pengelolaan lingkungan yaitu perusahaan manufaktur. Wikipedia menyebutkan bahwa Manufaktur adalah suatu cabang Industri yang mengaplikasikan mesin, peralatan dan tenaga kerja dan suatu medium proses untuk mengubah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi untuk dijual. Contoh perusahaan manufaktur, misalnya perusahaan makanan dan minuman, perusahaan obat, perusahaan semen, dan lain-lain. Perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang cukup besar dalam masalah-masalah seperti kerusakan lingkungan, polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur paling banyak berinteraksi langsung dengan sumber daya alam, dapat dilihat dari hasil kegiatan operasionalnya perusahaan manufaktur akan menghasilkan limbah produksi dan menimbulkan pencemaran lingkungan.

Alasan pemilihan perusahaan manufaktur dalam penelitian ini yaitu dikarenakan perusahaan manufaktur melakukan proses produksi, dimana perusahaan tersebut juga harus bertanggungjawab dalam mengelola lingkungan dan sumber daya alam. Berdasarkan artikel yang dikeluarkan oleh kementerian perindustrian dinyatakan bahwa indeks manufaktur yang sebagian besar komponen pembentuknya terdiri atas indeks konsumen, industri dasar, dan aneka industri, naik 9% sejak awal tahun hingga Juli 2013. Serta daya tahan sektor manufaktur terutama ditopang sektor konsumen yang tumbuh 28%. Menurut Harry Su, Kepala Riset PT Bahana Securities menyatakan bahwa:

“kenaikan indeks manufaktur di tengah hantaman sejumlah sentimen negatif kenaikan biaya produksi karena penggerak indeks manufaktur sebagian besar berasal dari emiten konsumen yang bersifat diversif, seperti PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) dan PT Unilever Tbk (UNVR). "Ketersediaan bahan baku sejumlah emiten manufaktur cukup terjaga sehingga pelemahan nilai tukar rupiah tidak memberi dampak signifikan," (<http://www.kemenperin.go.id/artikel/7014/Manufaktur-Ditopang-Sektor-Barang-Konsumsi>)

Secara baku sebenarnya di Indonesia tidak ada ketentuan yang harus diungkapkan dalam laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Karena tidak adanya ketentuan baku tentang pengungkapan CSR, maka pihak manajemen seharusnya menentukan kebijakan pelaksanaan CSR dalam perusahaan. Dengan adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen dalam sebuah perusahaan, maka pihak manajemen akan merasakan langsung dampak maupun manfaat dari setiap kebijakan atau keputusan yang diambilnya. Selain itu, dengan memiliki saham perusahaan diharapkan manajer berupaya atau berusaha sekeras dan seoptimal mungkin dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. (Isbandi, 2014)



Menurut Utami dan Sawitri (2011) kepemilikan manajemen adalah proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (direktur dan komisaris). Adanya penyatuan kepentingan pemegang saham dan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan terhadap tujuan perusahaan selama proses peningkatan nilai perusahaan oleh manajemen seringkali menimbulkan masalah. Masalah ini disebut dengan *agency problem*. Seringkali manajer perusahaan bertindak sesuai dengan keinginannya yang bertentangan dengan tujuan perusahaan dan mengabaikan banyak pihak yang berkepentingan. Perbedaan keinginan dari manajer ini tentu akan menimbulkan konflik karena terdapat perbedaan kepentingan antara manajer perusahaan dan pemegang saham. (Ramadhani, 2012)

Konflik antar manajemen dan pemegang saham atau yang disebut masalah keagenan dapat diperkecil dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan tersebut sehingga timbul biaya keagenan (*agency cost*). Salah satu alternatif untuk mengurangi *agency cost* adalah dengan adanya kepemilikan saham oleh manajemen. (Ramadhani, 2012)

Meningkatkan kepemilikan manajemen digunakan sebagai salah satu cara untuk mengatasi masalah yang ada di perusahaan. Dengan meningkatnya kepemilikan manajemen maka manajer akan termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya, sehingga dalam hal ini akan berdampak baik kepada perusahaan serta memenuhi keinginan dari para pemegang saham. Semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka manajemen akan lebih giat untuk

meningkatkan kinerjanya karena manajemen mempunyai tanggung jawab untuk memenuhi keinginan dari pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri.

(<http://pustakabakul.blogspot.co.id/2013/06/teori-kepemilikan-perusahaan-dan.html>)

Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial meningkat sebagai akibat dari meningkatnya kepemilikan manajemen. Kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan. (Nasir, dkk, 2013). Penelitian Manik (2011) menunjukkan hasil kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Akan tetapi penelitian tersebut berlawanan dengan penelitian Widyati (2013) mengungkapkan bahwa kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kepemilikan manajemen mampu mempengaruhi jalannya perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan, yaitu mengoptimalkan nilai perusahaan yang terjadi karena adanya pengendalian yang dimiliki.

Penggunaan variabel moderating kepemilikan manajemen dalam penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan Rawi dan Munawar (2010), Isbandi (2014) dan Ramadhani (2012). Dimana penelitian Rawi dan Munawar (2010) menyebutkan bahwa jika suatu perusahaan memiliki kepemilikan saham manajemen yang tinggi, maka perusahaan tersebut akan mengambil keputusan sesuai dengan kepentingan perusahaan. Kepentingan yang dimaksud dalam

penelitian ini yaitu dengan mengungkapkan informasi sosial dengan seluas-luasnya dalam rangka untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Sedangkan Isbandi (2014) menyebutkan bahwa dengan memiliki saham perusahaan diharapkan manajer berupaya atau berusaha sekeras dan seoptimal mungkin dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Dan Ramadhani (2012) menyebutkan perusahaan yang memiliki kepemilikan manajerial yang tinggi dengan pengungkapan CSR yang lebih luas akan cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi.

Berdasarkan hasil uraian yang telah dijabarkan di atas, maka penelitian ini akan meneliti kembali pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan yang berjudul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan?
2. Apakah kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan?
3. Apakah CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan dimoderasi oleh variabel kepemilikan manajemen?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2. Untuk mengetahui apakah kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan dimoderasi oleh variabel kepemilikan manajemen.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

##### 1. Bagi Penulis

Bagi penulis penelitian ini dapat meningkatkan minat dan keinginan untuk memahami tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan untuk mengetahui pengaruh adanya CSR terhadap kinerja keuangan dan kepemilikan manajemen, selain itu untuk mengetahui nilai CSR menurut pandangan Islam.

##### 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dalam pembuatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) agar dapat meningkatkan tanggung jawab dan kepedulian perusahaan pada lingkungan sosial dan sebagai informasi kepada pihak manajemen perusahaan tentang pentingnya CSR yang dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa CSR memiliki dampak terhadap perusahaan.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Metode Analisis	Hasil penelitian
1	Dahlia dan Siregar (2008)	Pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan	Analisis kuantitatif, Analisis Regresi Berganda	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (ROE dan CAR)
2	'Amal (2011)	Pengaruh Manajemen Laba, Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2009)	Analisis kuantitatif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis	empat variabel independen secara signifikan berpengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen. Hal ini memberikan bukti empiris model fit untuk menguji secara parsial (uji-t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel manajemen laba, kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

No	Nama	Judul	Metode Analisis	Hasil penelitian
3	Pratiwi (2012)	Pengaruh Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Kinerja Keuangan Perusahaan	Analisis kuantitatif, <i>Partial Least Square</i> (PLS)	Ukuran perusahaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Pengungkapan tanggung jawab sosial terbukti berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.
4	Hermi (2014)	Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010 dan 2011)	Analisis kuantitatif, Analisis regresi berganda, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis	Pengungkapan aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> ( <i>CSR Disclosure</i> ) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA dan CAR
5	Mukharomah dan Linda (2014)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Profitabilitas pada Perusahaan <i>Food and Beverages</i> di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2007-2010	Analisis kuantitatif, Uji asumsi klasik, Analisis Regresi Linier Sederhana	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap NPM, CSR berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap ROA, CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ROE

No	Nama	Judul	Metode Analisis	Hasil penelitian
6	Ramadhani (2012)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI	Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda	<i>Corporate Social Responsibility</i> , prosentase kepemilikan dan interaksinya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi secara parsial hanya interaksi antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan prosentase kepemilikan manajemen yang memiliki pengaruh sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan nilai perusahaan.

Dari penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya, maka penulis memilih untuk mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2012). Pengembangan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara mengganti variabel, dimana variabel nilai perusahaan diganti dengan variabel kinerja perusahaan. Judul penelitian ini adalah “**Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating**”.

## 2.2 Kajian Teoritis

### 2.2.1 Kinerja Keuangan Perusahaan

Pengertian kinerja menurut Mangkunegara (2009) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan

tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Sedangkan menurut Moehariono (2009) kinerja adalah gambaran mengenai tingkatan pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, visi, misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi.

Dengan kata lain bahwa kinerja adalah hasil dari pekerjaan yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas yang diberikan kepadanya sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan. Menurut Fahmi (2012) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar.

Kinerja keuangan diartikan sebagai penentuan ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya kepada para pemilik perusahaan. Dalam evaluasi kinerja keuangan tentunya memerlukan standar tertentu baik bersifat eksternal maupun internal.

Salah satu analisa rasio yang sering digunakan oleh investor dalam menilai kinerja keuangan perusahaan adalah rasio profitabilitas. *Return on Equity* (ROE) adalah salah satu rasio profitabilitas yang membandingkan laba bersih (*net income*) dengan total *stokholder's equity* perusahaan. Menurut Kasmir (2012) ROE adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Sedangkan menurut Fahmi (2012), ROE adalah rasio yang



digunakan untuk mengkaji sejauh mana suatu perusahaan menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas

Menurut Nurhasanah (2014) ROE merupakan alat yang lazim digunakan oleh investor dan pemimpin perusahaan untuk mengukur seberapa besar keuntungan yang didapat dari modal sendiri yang dimiliki oleh perusahaan. ROE dapat memberikan gambaran mengenai tiga hal pokok, yaitu:

- 1) Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (*profitability*)
- 2) Efisiensi perusahaan dalam mengelola asset (*assets management*)
- 3) Utang yang dipakai dalam melakukan usaha (*financial leverage*)

### **2.2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan stakeholder perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (*sustainability*) dari perusahaan. Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, menjelaskan CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh perusahaan untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari masyarakat sekitar ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjajanya beserta seluruh keluarganya.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* menurut Nasir (2013) merupakan suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan

sekitar dimana perusahaan itu berada. *Corporate Social Responsibility* yang dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan, juga menjadi salah satu cara perusahaan untuk memberikan perhatian secara seimbang kepada stakeholder perusahaan.

CSR menurut Merrick Dodd menyatakan, bahwa CSR adalah “suatu pengertian terhadap para buruh, konsumen dan masyarakat pada umumnya dihormati sebagai sikap yang pantas untuk diadopsi oleh pelaku bisnis”. Saleem Sheikh menjelaskan bahwa “CSR merupakan tanggung jawab perusahaan, apakah bersifat sukarela atau berdasarkan undang-undang, dalam pelaksanaan kewajiban social ekonomi di masyarakat”. Saleem Sheikh mengamati bahwa CSR meliputi 2 (dua) hal yang utama dalam *corporate philanthropy* (filantropi korporasi), yang Pertama, perusahaan melakukan peranan jasa sosial. Kedua, melaksanakan *trusteeship principle* (prinsip perwalian), dimana direksi bertindak sebagai wali bagi pemegang saham, kreditur, buruh, konsumen dan komunitas yang lebih luas. (<http://ratnamustikas.blogspot.com/2013/10/corporate-social-responsibility-csr.html> (6/4/2015 01:13 PM))

Ramon Mullerat menggambarkan CSR sebagai konsep perusahaan secara sukarela sebagai bentuk penghargaan kepada stakeholder dan memberikan kontribusi terhadap lingkungan, kehidupan masyarakat lebih baik melalui hubungan yang positif kepada semua pihak. S. Zadek, M. Fostater dan P. Raynard membagi CSR ke dalam 3 (tiga) generasi yakni generasi pertama sifatnya sekedar filantropis, generasi kedua menjadi bagian yang tidak

terpisahkan dari strategi bersaing jangka panjang perusahaan, dan generasi yang terakhir lebih baik lagi, yaitu yang berorientasi pada advokasi dan kebijakan publik.

Definisi lebih luas dari CSR, seperti direkomendasikan Bank Dunia dalam Wijayanti, dkk (2011) termasuk prinsip-prinsip berikut ini:

1. CSR sifatnya sukarela
2. CSR melebihi peraturan-peraturan yang ada
3. CSR adalah mengenai persoalan sosial dan lingkungan di dalam praktek utama bisnis, seperti pengelolaan lingkungan, standar buruh, hubungan dengan konsumen yang adil dan lainnya
4. CSR bukanlah sebuah sumbangan atau filantropi. Dorongan paling penting adalah skenario saling menguntungkan bagi bisnis dan stakeholdernya
5. CSR sebuah komplemen bukan pengganti peraturan-peraturan

Menurut Wibisono (2007) terdapat tiga kategori perusahaan dalam penerapan program CSR, diantaranya yaitu: pertama, Sekedar basa basi dan keterpaksaan, artinya CSR dipraktekkan yang disebabkan oleh faktor eksternal baik aspek sosial maupun aspek lingkungan. Kedua, sebagai usaha untuk memenuhi kewajiban dan ketiga CSR sudah dianggap menjadi sebuah budaya kerja oleh perusahaan.

Pearce and Robinson (2007) dalam Budiarta (2008) mengelompokkan tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam empat kelompok yaitu:

### 1) *Economis Responsibility*

Secara ekonomi tanggung jawab Perusahaan adalah menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat dengan harga yang wajar dan memberikan keuntungan bagi Perusahaan.

### 2) *Legal Responsibility*

Dimanapun Perusahaan beroperasi tentu saja tidak akan lepas dari peraturan dan undang – undang yang berlaku di tempat tersebut, terutama peraturan yang mengatur kegiatan bisnis. Peraturan tersebut terutama yang berkaitan dengan pengaturan lingkungan dan perlindungan konsumen.

### 3) *Ethical Responsibility*

Perusahaan yang didirikan tidak hanya patuh dan taat pada hukum yang berlaku namun juga harus memiliki etika.

### 4) *Discretionary Responsibility*

Tanggung jawab ini sifatnya sukarela seperti berhubungan dengan masyarakat, menjadi warga negara yang baik, dan sebagainya.

Menurut Daniri (2008) program yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam CSR di Indonesia dapat digolongkan dalam tiga bentuk, yaitu: pertama, *publik relations* adalah usaha untuk menanamkan pandangan positif kepada masyarakat mengenai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Kedua, strategi *defensive* adalah usaha yang dilakukan perusahaan untuk menghilangkan anggapan negatif masyarakat terhadap kegiatan perusahaan. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk mengubah pandangan negatif yang berkembang sebelumnya dan mengubah menjadi pandangan yang positif.

Ketiga, kegiatan yang berasal dari visi perusahaan yaitu melakukan program untuk kebutuhan masyarakat sekitar perusahaan atau menciptakan suatu mini usaha yang berbeda dari produk perusahaan yang nantinya akan dikelola oleh masyarakat.

Menurut Amri dan Wicaksono (2008) program-program CSR khususnya yang terkait dengan penguatan modal sosial dan kerekatan sosial memiliki beberapa persyaratan tertentu agar berhasil dengan baik. Persyaratan atau faktor kunci tersebut antara lain:

1. Adanya kepercayaan dan komitmen yang kuat dari pimpinan perusahaan dan manajemen bahwa modal sosial maupun kerekatan sosial merupakan hal yang sangat penting, termasuk dalam kaitannya dengan keberlanjutan usaha. Keterlibatan pimpinan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan CSR yang terkait dengan pembangunan modal sosial tidak dapat hanya bersifat seremonial.
2. Program-program yang berhasil adalah yang memang dibutuhkan oleh masyarakat, dan karena masyarakat lebih mengetahui apa yang mereka butuhkan, proses penyusunan program-program tersebut harus melibatkan wakil-wakil dari masyarakat. Pelibatan ini bisa dalam berbagai bentuk maupun dengan berbagai tingkat intensitas keterlibatan yang berbeda-beda sesuai dengan situasi spesifik yang dihadapi oleh program tersebut.
3. Keterkaitan antara jenis program atau kegiatan CSR dan jenis usaha tidak merupakan suatu hal yang mutlak. Bisa saja terdapat berbagai kegiatan CSR yang sama sekali terkait dengan kegiatan usaha. Namun jika terdapat

keterkaitan yang cukup erat maka semangat bahwa “keberlangsungan usaha juga terkait dengan keberlangsungan sosial masyarakat sekitar” dapat membuat kegiatan CSR terkait menjadi terasa lebih penting di mana pelaku di dalam perusahaan. Meskipun demikian, harus dijaga agar kegiatan CSR tersebut tetap terlepas dari motif-motif keuntungan yang dapat mengurangi nilai sosial kegiatan CSR tersebut.

4. Kegiatan CSR yang terpadu (baik diantara berbagai program CSR dalam satu perusahaan maupun antara program CSR dan kegiatan usaha perusahaan tersebut) akan lebih banyak menimbulkan dampak positif di masyarakat di banding dampak yang ditimbulkan oleh berbagai kegiatan kedermawanan yang tidak saling kait-mengkait (sekedar memenuhi proposal-proposal yang diajukan tanpa ada usaha untuk mengkaitkan satu kegiatan dengan kegiatan lainnya).
5. Kegiatan kedermawanan yang ditujukan untuk membangun modal sosial perlu memperhatikan bahwa bantuan dalam jumlah yang “signifikan” (relatif) justru dapat mematikan semangat kewirausahaan anggota masyarakat yang dibantu. Oleh karena itu, perlu pertimbangan yang matang dan sensitif dalam menentukan besaran dan lamanya bantuan. Penyaluran dana dalam bentuk tunai sebaiknya dibatasi dan dibuat sedemikian rupaa sehingga masyarakat turut “memiliki” dan mengawasi proses penyaluran tersebut. Pendampingan yang bersifat teknis maupun manajemen (pengelolaan dana) dapat membantu mengurangi kemungkinan timbulnya ketergantungan.

6. Karena modal sosial berbeda dengan modal manusia, pemberdayaan individu-individu anggota masyarakat (misalnya melalui pelatihan-pelatihan, kredit usaha dan lain-lain) tidak selalu otomatis memperkuat modal sosial. Perlu usaha yang khusus untuk mengkaitkan penguatan sumberdaya manusia dengan kesadaran akan pentingnya kerjasama serta keterampilan-keterampilan melakukan kegiatan bersama.
7. Di daerah-daerah yang rawan konflik, aspek *trust building* dan pertimbangan *social jealousy* tersebut diatas lebih kental, dan karenanya perusahaan-perusahaan yang ingin melakukan kegiatan CSR di daerah-daerah seperti ini perlu benar-benar memahami kondisi sosial yang ada di masyarakat.
8. Penerapan prinsip transparansi dan akuntabilitas tidak hanya terbatas pada unit CSR perusahaan tetapi juga pada organisasi-organisasi di dalam masyarakat yang diharapkan dapat berperan sebagai organisasi perantara.

Menurut Daniri (2008) terdapat dua hal yang dapat mendorong perusahaan menerapkan CSR, yaitu bersifat dari luar perusahaan (*external drivers*) dan dari dalam perusahaan (*internal drivers*). Kategori pendorong dari luar, misalnya adanya regulasi, hukum, dan diwajibkannya analisis mengenai dampak lingkungan (Amdal). Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) telah memberlakukan audit PROPER (Program Penilaian Peningkatan Kinerja Perusahaan). Pendorong dari dalam perusahaan terutama bersumber dari perilaku manajemen dan pemilik perusahaan (stakeholder),

termasuk tingkat tanggung jawab perusahaan untuk membangun dan mengembangkan masyarakat sekitar (*community development responsibility*).

Ambadar (2008) 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.

Menurut Hamdani (2014) pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting social* atau *corporate social disclosure*. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi suatu organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di



luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perusahaan melakukan pengungkapan informasi sosial dengan tujuan untuk membangun image pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat.

Tujuan pengungkapan secara umum adalah untuk menyajikan informasi yang dianggap perlu demi tercapainya tujuan pelaporan keuangan, sehingga dapat melayani kebutuhan pengguna laporan keuangan yang berbeda-beda. Menurut Nasir (2013) *Securites Exchange Comission* (SEC) menyatakan bahwa pengungkapan bertujuan untuk :

1. *Protective disclosure* yang dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor dari perlakuan manajer yang kurang adil dan terbuka.
2. *Informative disclosure* yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan dalam pengambilan keputusan.

Terdapat dua jenis informasi yang terdapat dalam laporan tahunan. Pertama yaitu pengungkapan yang bersifat wajib ada dalam laporan tahunan yaitu pengungkapan informasi yang wajib diberitahukan sebagaimana diatur dalam ketentuan Bapepam No. : Kep-38/PM/1996 tgl 17 Januari 1996. Jenis yang kedua yaitu pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan, dimana pengungkapan informasi diluar pengungkapan wajib yang diberikan dengan sukarela oleh perusahaan untuk para pemakai laporan tahunan. (‘Amal, 2011 ). Salah satu bagian dari pengungkapan sukarela yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Setiap perusahaan yang melakukan bisnis pasti berusaha untuk mencapai kepentingan pemegang saham dan terfokus pada pencapaian laba. Akan tetapi perusahaan-perusahaan tersebut juga mempunyai tanggung jawab sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan. Sebagaimana yang dinyatakan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf kesembilan yaitu

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.”

Menurut (Hadi, 2011) laporan tanggungjawab sosial merupakan laporan aktivitas sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan (*annual report*) yang dipertanggungjawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perseroan yang telah dilaksanakan selama tahun buku berakhir.

Berangkat dari pemetaan motivasi yang terkandung dalam upaya ketersediaan perusahaan melakukan cakupan tingkat kinerja sosial berikut upaya keterbukaan lewat pengungkapan sosial (*social disclosure*), Nor Hadi (2009) dalam (Hadi, 2011) menemukan bahwa terdapat dua paradigma pendekatan yang digunakan perusahaan. Pendekatan pertama, ketersediaan melakukan peningkatan kinerja sosial berikut pengungkapannya didasarkan

pendekatan motif (*motive approach*), sedang pendekatan kedua adalah pendekatan system (*system approach*). Berikut penjelasannya:

#### 1. *Motive approach*

Praktik tanggungjawab sosial dan pengungkapan didasarkan motif tertentu pada perusahaan, baik secara sosial maupun ekonomi. *Motive approach* menumbuhkan praktik tanggungjawab sosial menjadi volunteer sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan perusahaan. Umumnya perusahaan melakukan praktik tanggungjawab dan pengungkapan sosial didasarkan pendekatan ini.

#### 2. *System approach*

Perusahaan melakukan pengeluaran sosial termasuk pengungkapannya muncul sebagai akibat adanya tuntutan dan pengkondisian suatu sistem yang ada. Sistem ini, dapat berupa aturan dan kebijakan yang harus dipatuhi oleh perusahaan yang memiliki dampak tertentu jika tidak dipatuhi, baik yang tumbuh dari penetapan manajemen yang merupakan translasi *code of product*, visi dan misi perusahaan serta strategi perusahaan yang ternormalkan, maupun peraturan yang timbul dari pihak luar seperti pemerintah (UU. No. 40 Tahun 2007 dan Kepmen Keuangan N0. KEP-04/MBU/2007), Standard, Peraturan Pasar Modal, SAK, adat istiadat masyarakat maupun konvensi. Sehingga pelanggaran terhadap pelaksanaan kinerja sosial dan pengungkapan sosial akan berimplikasi tertentu terhadap perusahaan.

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), manfaat yang didapat dari pengungkapan *sustainability report* antara lain :

1. Memberikan informasi kepada stakeholder (pemegang saham, anggota komunitas lokal, pemerintah) sehingga meningkatkan prospek perusahaan dan membantu mewujudkan transparansi.
2. Membantu membangun reputasi sebagai alat yang memberikan kontribusi untuk meningkatkan *brand value*, *market share*, dan *customer loyalty* jangka panjang.
3. Menjadi cerminan bagaimana perusahaan mengelola risikonya.
4. Digunakan sebagai stimulasi *leadership thinking* dan *performance* yang didukung dengan semangat kompetisi.
5. Mengembangkan dan memfasilitasi pengimplementasian dari sistem manajemen yang lebih baik dalam mengelola dampak lingkungan, ekonomi, dan sosial.
6. Mencerminkan secara langsung kemampuan dan kesiapan perusahaan untuk memenuhi keinginan pemegang saham untuk jangka panjang.
7. Membantu membangun ketertarikan para pemegang saham dengan visi jangka panjang dan membantu mendemonstrasikan bagaimana meningkatkan nilai perusahaan yang terkait dengan isu sosial dan lingkungan.

Kerangka pengungkapan CSR yang sudah diakui di seluruh dunia yaitu *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI adalah sebuah kerangka pelaporan untuk membuat *sustainability reports* yang terdiri atas prinsip-prinsip

pelaporan, panduan pelaporan dan standar pengungkapan (termasuk di dalamnya indikator kinerja). Saat ini GRI G4 merupakan kerangka pelaporan yang terbaru yang dikeluarkan pada tahun 2013, akan tetapi sebelumnya terdapat GRI G3.

Perbedaan antara GRI G3 dengan GRI G4 dalam hal standar pengungkapannya yaitu, pada GRI G3 terdapat tiga jenis pengungkapan yang terkandung dalam bagian ini, yang pertama strategi dan profil adalah pengungkapan yang menentukan konteks keseluruhan dalam memahami kinerja organisasi, seperti strategi, profil dan tata kelola. Kedua, pendekatan manajemen yaitu pengungkapan yang mencakup bagaimana sebuah organisasi mengarahkan seperangkat topik dalam menyediakan konteks untuk memahami kinerja pada wilayah tertentu. Ketiga, Indikator kinerja adalah indikator yang menghasilkan perbandingan informasi mengenai kinerja organisasi dalam hal ekonomi, lingkungan dan sosial.

Sedangkan standar pengungkapan pedoman G4, terdapat dua jenis pengungkapan yang berbeda yaitu pengungkapan standar umum dan pengungkapan standar khusus. Pengungkapan standar umum berlaku untuk semua organisasi yang menyiapkan laporan keberlanjutan. Pengungkapan standar umum dibagi menjadi tujuh bagian yaitu strategi dan analisis, profil organisasi, aspek material, boundary teridentifikasi, hubungan dengan pemangku kepentingan, profil laporan, tata kelola, serta etika dan integritas. Jenis yang kedua adalah pengungkapan standar khusus, pedoman ini mengatur pengungkapan standar khusus kedalam tiga kategori yaitu ekonomi,

lingkungan dan sosial. Katagori sosial lebih lanjut dibagi kedalam empat sub-kategori, yaitu: praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab atas produk. ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org))

### 2.2.3 Kepemilikan Manajemen

Adanya penyatuan kepentingan pemegang saham dan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan terhadap tujuan perusahaan selama proses peningkatan nilai perusahaan oleh manajemen seringkali menimbulkan masalah. Masalah ini disebut dengan *agency problem*. Seringkali manajer perusahaan bertindak sesuai dengan keinginannya yang bertentangan dengan tujuan perusahaan dan mengabaikan banyak pihak yang berkepentingan. Perbedaan keinginan dari manajer ini tentu akan menimbulkan konflik karena terdapat perbedaan kepentingan antara manajer perusahaan dan pemegang saham. (Ramadhani, 2012)

Konflik antar manajemen dan pemegang saham atau yang disebut masalah keagenan dapat diperkecil dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan tersebut sehingga timbul biaya keagenan (*agency cost*). Salah satu alternatif untuk mengurangi *agency cost* adalah dengan adanya kepemilikan saham oleh manajemen. (Ramadhani, 2012)

Kepemilikan manajemen adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya persentase kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan. Manajer

yang memiliki saham perusahaan tentunya akan menselaraskan kepentingannya sebagai manajer dengan kepentingannya sebagai pemegang saham. Semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan. (Rustiarini, 2008).

Meningkatkan kepemilikan manajemen digunakan sebagai salah satu cara untuk mengatasi masalah yang ada di perusahaan. Dengan meningkatnya kepemilikan manajemen maka manajer akan termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya sehingga dalam hal ini akan berdampak baik kepada perusahaan serta memenuhi keinginan dari para pemegang saham. Semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka manajemen akan lebih giat untuk meningkatkan kinerjanya karena manajemen mempunyai tanggung jawab untuk memenuhi keinginan dari pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri. (<http://pustakabakul.blogspot.co.id/2013/06/teori-kepemilikan-perusahaan-dan.html>)

Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang meningkat. Kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan. (Nasir, dkk, 2013)

Kepemilikan manajemen diukur menggunakan skala rasio melalui persentase jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen dari seluruh saham yang beredar (Widyati, 2013)

$$\text{KPMJ} = \frac{\text{Jumlah Saham yang dimiliki Pihak Manajemen}}{\text{Total Modal Saham Perusahaan yang Beredar}}$$

### 2.3 Integrasi CSR dengan perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah swt. Disamping itu menurut Djakfar (2012), CSR merupakan penerapan dari ajaran kepemilikan dalam Islam. Allah adalah pemilik mutlaq (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara yang berfungsi sebagai penerima amanah dan menjaga apa yang telah diamanahkan kepada manusia.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) ternyata selaras dengan pandangan islam yaitu tentang bagaimana hubungan manusia dengan manusia dan hubungan manusia dengan lingkungan, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*).

Menurut Ma'ruf (2013) implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu:

#### a. Al-Adl

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang



teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak- kontrak serta perjanjian bisnis. Keadilan dalam bisnis adalah ketika perusahaan mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial dan hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis, dalam al- Quran Surat Huud ayat 85.

b. *Al-Ihsan*

Islam memerintahkan dan menganjurkan perbuatan baik sebagai bentuk kemanusiaan, supaya amal yang dilakukan manusia dapat memberikan nilai tambah dan dapat mengangkat derajat manusia. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan niat ibadah dan berbuat baik karena atas ridho Allah swt. *Ihsan* adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan hal tersebut. Bisnis yang dilandasi unsur ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada stakeholders.

c. Manfaat

Konsep ihsan yang telah di jelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan). Pada dasarnya, perusahaan telah memberikan manfaat terkait operasional yang bergerak dalam bidang manufaktur yaitu proses pembelian

bahan baku, proses produksi dan proses penyaluran hasil produksi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Konsep manfaat dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR), lebih dari aktivitas ekonomi. Perusahaan seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas misalnya pemberian beasiswa, mengadakan pengobatan gratis untuk masyarakat disekitar perusahaan dan pembangunan fasilitas umum.

d. Amanah

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan hal yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya alam dan manusia secara makro, maupun dalam menjalankan sebuah perusahaan.

Allah SWT menganjurkan manusia agar tidak merusak bumi, bahkan manusia dianjurkan untuk merawat dan melestarikan bumi.

Berikut firman Allah yang menunjukkan hal yang demikian:

a. Firman-Nya dalam surat Al-Baqoroh ayat 11

وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ لَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ قَالُوا إِنَّمَا نَحْنُ مُصْلِحُونَ ﴿١١﴾

Artinya: Dan bila dikatakan kepada mereka: "Janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi [24]". mereka menjawab: "Sesungguhnya Kami orang-orang yang Mengadakan perbaikan."

b. Firman-Nya dalam surat Ar-rum ayat 41

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ  
الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ

Artinya: “Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka kebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).”

Dari Firman-firman Allah diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Allah melarang kita untuk membuat kerusakan di bumi ini. Dan pada saat ini sudah banyak terjadi kerusakan di bumi yang disebabkan oleh keserakahan dan ketidak bertanggungjawaban manusia. Hal tersebut dapat dihubungkan dengan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perusahaan. Karena adanya akibat dari aktivitas perusahaan yang bersifat negatif, maka diperlukan suatu pertanggung jawaban oleh perusahaan serta menjaga lingkungan yang ada di sekitar perusahaan.

Dalam segala aktivitas kehidupan, umat islam dianjurkan untuk mengutamakan kebutuhan yang paling penting (*mashlahah*) agar sesuai dengan tujuan syariat (*maqashid syariah*). Abu Ishaq al-Syatibi (w. 790 H) dalam al-Muwafaqat, tujuan syariat Islam terdiri dari lima komponen yaitu pemeliharaan agama (*hifdh al-din*), jiwa (*hifdh al-nafs*), akal (*hifdh al-aql*), keturunan (*hifdh nasl*) dan harta (*hifdh al-maal*). Lima komponen pokok syariah itu disesuaikan

dengan tingkatan kebutuhan dan kepentingan manusia, yaitu kebutuhan primer (*dharuriyyah*), sekunder (*hajiyyah*) dan tersier (*tahsiniyyah*).

Kebutuhan primer (*dharuriyyah*) adalah sesuatu yang harus ada untuk mewujudkan kemaslahatan agama dan dunia. Kebutuhan sekunder (*hajiyyah*) adalah sesuatu yang dibutuhkan untuk memberikan kelonggaran dan mengurangi kesulitan yang menjadi masalah dalam mencapai tujuan. Sedangkan kebutuhan tersier (*tahsiniyyah*) adalah melakukan tindakan yang layak menurut adat dan menjauhi perbuatan-perbuatan 'ai yang ditentang akal sehat.

Menurut (Nabila, 2011) kelima bagian *maqashid syariah* itu perlu mendapat fokus perhatian jika dikaitkan dengan *Corporate Social Responsibility*. Dalam skala primer, perusahaan perlu menghargai agama yang dianut oleh masyarakat. Jangan sampai kepentingan masyarakat terhadap agamanya diabaikan, seperti perusahaan yang mengabaikan atau mengganggu peribadatan warga setempat. Bahkan, semestinya pihak perusahaan harus mampu mengembangkan jiwa usahanya dengan spiritualitas islam.

Dalam pemeliharaan jiwa seperti makan dan minum ditujukan agar hidup dapat lebih bertahan dan mencegah kemungkinan terjadinya kepunahan jiwa manusia. Begitu juga, pihak perusahaan harus mampu menjaga keutuhan dan kehormatan (rumah tangga) warga masyarakat terkait atau internal perusahaan. Perusahaan dilarang memberikan akses negatif dalam kegiatannya yang akan mengganggu rusaknya akal dan pikiran manusia. Islam melarang umatnya

mengonsumsi atau memproduksi makanan dan minuman yang dapat merusak akal karena akan mengancam kualitas akalnya.

Dalam pemeliharaan harta, transaksi jual beli harus dilakukan secara halal. Jika tidak, maka eksistensi harta akan terancam, baik pengelolaan atau pemanfaatannya. Karena itu, pihak perusahaan dilarang melakukan kegiatan yang secara jelas melanggar aturan *syara*'.

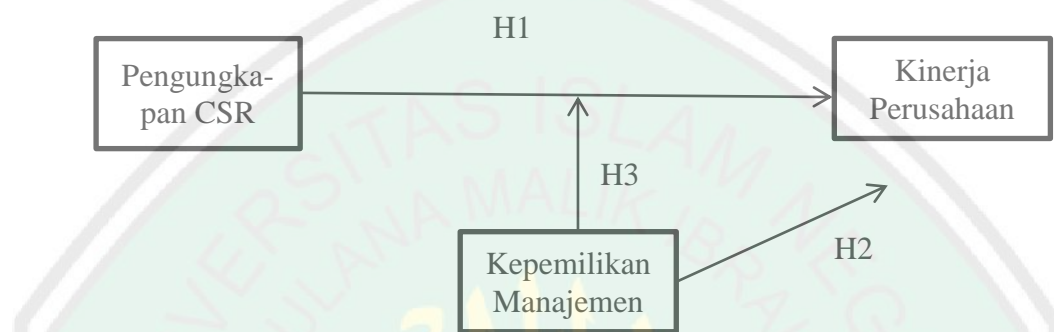
Dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*), *maqashid as-syari'ah* ditujukan agar pihak perusahaan mampu menentukan skala prioritas untuk jangka pendek, tetapi juga jangka panjang dalam mencapai ridha Allah SWT. Kegiatan ekonomi tidak saja melibatkan aspek materi, tapi juga kualitas keimanan seorang hamba kepada Allah SWT.

Oleh karena itu, konsep pembangunan yang melibatkan *maqashid as-syari'ah* dimaksudkan agar terbentuk pribadi-pribadi muslim yang memiliki keimanan dan ketakwaan. Tentu saja sikap ini tidak saja didapatkan dari lubuk hati yang dalam. Tetapi, dilandasi juga dari kesadaran manusia untuk melaksanakan kewajiban sebagai seorang hamba-Nya. Kewajiban mengaplikasikan tanggung jawab seorang hamba untuk melakukan kejujuran, kebenaran, kebajikan dan kasih sayang terhadap seluruh data kehidupan aktual. Islam mengajarkan tanggung jawab agar mampu mengendalikan diri dari tindakan melampaui batas kewajaran dan kemanusiaan. Tanggung jawab ini mencakup tanggung jawab kepada Allah. Kepada sesama dan lingkungannya (Najmudin:2007)

## 2.4 Kerangka Konseptual

Dari teori-teori dan tinjauan pustaka yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat kami gambarkan kerangka berfikir yaitu:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**



Keterangan:

CSR : *Corporate Social Responsibility* dengan indikator GRI

Kepemilikan Manajemen : Struktur kepemilikan modal manajemen dengan indikator prosentase kepemilikan saham manajemen

Kinerja Keuangan : kinerja keuangan dengan indikator ROE

Maksud dari kerangka konseptual diatas yaitu, *Corporate Social Responsibility* dan kepemilikan manajemen merupakan variabel independen yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan variabel dependen yaitu kinerja perusahaan. Selain itu, kepemilikan manajemen juga sebagai variabel moderating. Variabel moderating adalah variabel independen

yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen lainnya terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2013).

Penambahan variabel moderating kepemilikan manajemen disini dimaksudkan untuk memperkuat hubungan pengungkapan CSR dengan kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, dinilai juga apakah kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dengan adanya pengungkapan pertanggungjawaban sosial diharapkan dapat meningkatkan hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat dan konsumen. Sehingga nantinya akan meningkatkan daya beli, dengan begitu diharapkan profitabilitas perusahaan akan meningkat pula. Kepemilikan manajemen nantinya juga akan berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Karena dengan menjadinya pihak manajemen merangkap sebagai pemegang saham dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan sehingga nantinya manajemen akan memperoleh legitimasi yang lebih besar.

## **2.5 Hipotesis**

### **2.5.1 *Corporate Social Responsibility* Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan**

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Dahlia dan Siregar (2008) menunjukkan hubungan positif CSR dan kinerja perusahaan yang diukur dengan menggunakan ROE dan CAR. Selain itu Hermi (2014) juga menunjukkan

bahwa pengungkapan tanggungjawab sosial berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Dengan adanya pengungkapan tanggungjawab sosial maka akan dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang disebutkan diatas, maka diduga:

H1 : CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

#### 2.5.2 Pengaruh kepemilikan manajemen terhadap kinerja keuangan perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Putra (2013) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam perusahaan, maka pihak manajemen akan semakin termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya karena merasa memiliki perusahaan. Dengan meningkatnya kinerja manajemen, maka akan semakin meningkat pula kinerja perusahaan.

Berdasarkan alasan dan penelitian yang disebutkan diatas, maka diduga:

H2 : kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

#### 2.5.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan dimoderasi oleh kepemilikan manajemen

Penelitian yang dilakukan Nurlela dan Islahuddin (2008) menunjukkan bahwa prosentase kepemilikan manajemen dalam penelitiannya tidak dapat bertindak sebagai moderating dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.



Prosentase kepemilikan manajemen yang tinggi mendorong manajemen untuk meningkatkan kinerjanya, karena manajemen akan ikut menanggung kerugian apabila perusahaan merugi. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2012) menunjukkan bahwa secara parsial interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dan prosentase kepemilikan manajemen yang memiliki pengaruh sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.

H3 : CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan dimoderasi oleh variabel kepemilikan manajemen



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode adalah proses, prinsip-prinsip dan tata cara memecahkan suatu masalah, sedangkan penelitian adalah pemeriksaan secara hati-hati, tekun dan tuntas terhadap suatu gejala untuk menambah pengetahuan manusia, maka metode penelitian dapat diartikan sebagai proses prinsip-prinsip dan tata cara untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam melakukan penelitian.

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dimana data yang digunakan merupakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi. Adapun data yang diperlukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, struktur kepemilikan manajemen dan kinerja keuangan perusahaan. Data tersebut diperoleh dari situs resmi yaitu <http://www.idx.co.id> maupun website perusahaan.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah *annual report* perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun

2012-2014. Pemilihan perusahaan manufaktur di BEI karena perusahaan mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan keuangan atau laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan terutama kepada stakeholder, perusahaan tersebut kami anggap turut andil dalam pengelolaan lingkungan dengan adanya proses produksi yang kemungkinan besar dapat merusak lingkungan sekitar.

### 3.3 Teknik Pengambilan sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana cara pengambilan objek bukan didasarkan pada strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya kriteria tertentu, untuk itu ditetapkan beberapa sampel berdasarkan kriteria tertentu (Arikunto, 2010). Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Perusahaan manufaktur untuk sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014.
2. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang menerbitkan dan mempublikasikan *annual report* serta laporan pertanggungjawaban sosial tahun 2012-2014.
3. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang mengungkapkan prosentase kepemilikan manajemen.

Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014 sebanyak 39 perusahaan. Lalu perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI yang menerbitkan dan mempublikasikan *annual report* serta laporan pertanggungjawaban sosial

tahun 2012-2014 sebanyak 34 perusahaan. Sedangkan perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014 terdapat 12 perusahaan yang mengungkapkan prosentase kepemilikan manajemen.

### 3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu variabel *Corporate Social Responsibility*, variabel struktur kepemilikan manajemen, dan variabel kinerja keuangan.

a. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR):

X1 : Indeks pengungkapan CSR

b. Variabel Struktur kepemilikan manajemen

X2 : Rasio kepemilikan manajemen

c. Variabel kinerja keuangan perusahaan

Y : *Return On Equity*

#### 3.4.1 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen. Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, menjelaskan CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh perusahaan untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari masyarakat sekitar ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaannya beserta seluruh keluarganya. Instrumen pengukuran yang akan

digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang diungkapkan oleh GRI.

*Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah kerangka pelaporan untuk membuat *sustainability reports* yang terdiri atas prinsip-prinsip pelaporan, panduan pelaporan dan standar pengungkapan (termasuk di dalamnya indikator kinerja). Kerangka Pelaporan GRI ditujukan sebagai sebuah kerangka yang dapat diterima umum dalam melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial dari organisasi. Kerangka ini didesain untuk digunakan oleh berbagai organisasi yang berbeda ukuran, sektor, dan lokasinya.

Kerangka ini juga memperhatikan pertimbangan praktis yang dihadapi oleh berbagai macam organisasi dari perusahaan kecil sampai kepada perusahaan yang memiliki operasi ekstensif dan tersebar di berbagai lokasi. Kerangka Pelaporan GRI mengandung kandungan isi umum dan sektor secara spesifik yang telah disetujui oleh berbagai pemangku kepentingan di seluruh dunia dan dapat diaplikasikan secara umum dalam melaporkan kinerja keberlanjutan dari sebuah organisasi. Dalam penelitian ini digunakan GRI G4. Tidak semua perusahaan melakukan pengungkapan berdasarkan GRI G4 secara keseluruhan, biasanya perusahaan mengungkapkan isu-isu yang dianggap relevan dan material dalam bidang usaha perusahaan masing-masing

*Corporate Social Responsibility* yang disimbol dengan (X1), yang diukur dengan menggunakan variabel dummy artinya nilai variabel tersebut terbatas pada 0 dan 1 saja.

Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Score 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Selanjutnya skor dari item-item yang diungkapkan dijumlah. Rahmawati (2012) menjelaskan rumus dalam menghitung CSR yaitu:

$$CSR = \frac{V}{M}$$

Keterangan:

CSR : index pengungkapan CSR

V : Jumlah item yang diungkapkan perusahaan

M : Jumlah item yang seharusnya diungkapkan

### 3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan yaitu kinerja keuangan. Menurut Fahmi (2012) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Salah satu analisa rasio yang sering digunakan oleh investor dalam menilai kinerja keuangan perusahaan adalah rasio profitabilitas.

*Return on Equity* (ROE) adalah salah satu rasio profitabilitas yang membandingkan laba bersih (*net income*) dengan total *stokholder's equity* perusahaan. Dalam penelitian ini digunakan penilaian dengan ROE, alasannya yaitu dengan menggunakan ROE investor dapat menilai seberapa besar laba perusahaan yang akan didapatkan dari modal yang diinvestasikan. Sedangkan perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini yaitu perusahaan yang

terdaftar di BEI. Jadi dengan melihat ROE perusahaan, maka investor dapat memutuskan pada perusahaan mana yang seharusnya dipilih untuk kepentingannya.

Penggunaan proksi ROE dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Isbandi (2014). Selain itu menurut Nurhasanah (2014) ROE dapat memberikan gambaran mengenai tiga hal pokok yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, efisiensi perusahaan dalam mengelola asset dan utang yang dipakai dalam melakukan usaha.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Equity}}$$

Keterangan:

*Net income* : laba bersih perusahaan

*Equity* : modal

### 3.4.3 Variabel Moderasi

Variabel Moderasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) antara variabel dependen dan independen (Sugiyono, 2013). Variabel moderasi pada penelitian yaitu struktur kepemilikan manajemen (X2).

Menurut Utami dan Sawitri (2011) kepemilikan manajemen adalah proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (direktur dan komisaris). Kepemilikan manajemen diukur menggunakan skala rasio melalui persentase jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen dari seluruh saham yang beredar (Widyati, 2013)

$$\text{KPMJ} = \frac{\text{Jumlah Saham yang dimiliki Pihak Manajemen}}{\text{Total Modal Saham Perusahaan yang Beredar}}$$

### 3.5 Metode Analisis Data

#### 3.5.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolonieritas dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal (Ghozali, 2012). Adapun uji asumsi klasik yang digunakan meliputi:

##### 3.5.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Adapun model yang baik adalah yang memiliki data berdistribusi normal. Alat yang digunakan dalam melakukan uji normalitas adalah *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Jika nilai *Kolmogorov-Smirnov*  $> 0,6$ , maka dikatakan terdistribusi secara normal. (Ghozali, 2012)

##### 3.5.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi diantara variabel independennya. Untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi dalam model regresi, dapat dilihat dengan dua cara



yaitu melihat nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*) (Ghozali, 2013)

1. Jika nilai tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.
2. Jika nilai tolerance  $\leq 0,10$  dan VIF  $\geq 10$ , maka terjadi gangguan multikolinearitas pada penelitian tersebut.

#### 3.5.1.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari autokorelasi. Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Run Test*. *Run Test* bagian dari statistic *non-parametric* dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. Run test digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak. (Ghozali, 2012)

$H_0$  : residual (res\_1) random (acak)

$H_A$  : residual (res\_1) tidak random

#### 3.5.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2012) menjelaskan uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance

residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Salah satu pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glejser (Ghozali, 2012). Uji Glejser dapat dilakukan dengan meregres nilai absolut terhadap variabel independen. Apabila variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan bahwa penelitian terbebas dari gangguan heteroskedastisitas salah satunya dengan menggunakan koefisien signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 5% (0,05). Apabila tingkat signifikansi  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas.

### **3.5.2 Analisis Regresi**

Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan alat analisis statistik berupa analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e \quad (\text{regresi 1})$$

$$Y = \alpha + \beta_2 X_2 + e \quad (\text{regresi 2})$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e \quad (\text{regresi 3})$$

Keterangan:

$Y$  = Kinerja Keuangan Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$ -  $\beta_3$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = *Corporate Social Responsibility*

$X_2$  = Kepemilikan Manajemen

$X_1 X_2$  = interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan Kepemilikan Manajemen

$e$  = *Error Term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

### 3.5.3 Uji Hipotesis

#### 3.5.3.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (ghozali, 2012:98). Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai F lebih lebih besar daripada 4 maka  $H_0$  dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

### 3.5.3.2 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2012:98) uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas signifikansi  $> 0,05$  , maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$  , maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### 3.5.4 Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali, (2012:97) koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *adjusted R Square* ( $R^2$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1 Analisis Data Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Data yang disajikan dalam penelitian ini berasal dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi tahun 2012, 2013 dan 2014. Jumlah perusahaan yang bergerak pada bidang sektor industri barang konsumsi yang *listed* di BEI dari tahun 2012 sampai pada tahun 2014 sebanyak 39 perusahaan. Berdasarkan teknik *purposive sampling*, diperoleh sampel sebanyak 12 perusahaan yang layak dijadikan sebagai objek penelitian. Proses pengambilan sampel dijelaskan pada tabel 4.1 berikut ini

**Tabel 4.1**  
**Penentuan Sampel Penelitian**

<b>Kriteria</b>	<b>Jumlah Perusahaan</b>
Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2012 sampai 2014	39
Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang menerbitkan dan mempublikasikan <i>annual report</i> serta laporan pertanggungjawaban sosial tahun 2012-2014	34
Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang mengungkapkan laporan pertanggungjawaban sosial dan mengungkapkan prosentase kepemilikan manajemen	12

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Jadi total laporan tahunan perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 36 laporan tahunan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi selama 3 tahun mulai tahun 2012 hingga tahun 2014. Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor sub makanan dan minuman yang terdiri dari Tri Banyan Tirta Tbk, Indofood Sukses Makmur Tbk, Prashida Aneka Niaga Tbk, Sekar Bumi Tbk, Sekar Laut Tbk dan Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk. Sedangkan pada sub sektor rokok yaitu Gudang Garam Tbk. Pada sub sektor farmasi sampel penelitian ini yaitu Kimia Farma Tbk dan Tempo Scan Pasific Tbk. Pada sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yaitu Martina Berto Tbk dan Mandom Indonesia Tbk serta pada sub sektor peralatan rumah tangga yaitu Kedawung Setia Industrial Tbk.

## 1. Tri Banyan Tirta Tbk

**PT Tri Banyan Tirta** didirikan pada tahun 1997. Tujuan perusahaan adalah membangun Alto Natural Spring Water sebagai produk lokal dengan kualitas standar internasional. Perusahaan berambisi menjadi salah satu perusahaan minuman yang berpengaruh di Indonesia yang akan dicapai melalui investasi berkesinambungan pada produk-produk yang dihasilkan, sumber daya manusia maupun penyediaan fasilitas produksi terbaik. Strategi perusahaan adalah berkomitmen pada keberhasilan peningkatan dan pertumbuhan produk-produk utama, peningkatan kualitas produk, inovasi secara terus menerus, serta senantiasa memenuhi keinginan pelanggan dalam hal pelayanan. Pabrik PT Tri Banyan Tirta berlokasi di desa Babakan Pari, Sukabumi yang dikenal dengan sumber mata airnya yang alami, teruji kemurniannya dan kaya akan kandungan mineral alaminya. PT Tri Banyan Tirta juga didukung oleh ahli-ahli profesional dari berbagai latar belakang yang berbeda untuk mewujudkan tujuan perusahaan dalam menghasilkan produk-produk bermutu tinggi.

**Visi:** “Dikenal sebagai produsen lokal air minum alami dalam kemasan dengan kualitas terbaik sesuai standar internasional.”

**Misi:** “Menjadi produsen air minum dalam kemasan yang menghasilkan produk-produk berkualitas untuk dinikmati oleh berbagai segmen pasar.”

Fokus program CSR dalam perusahaan ini yaitu terletak pada indikator ekonomi, lingkungan serta masyarakat. Dalam lingkup lingkungan yang

dilakukan oleh perusahaan ini yaitu perbaikan saluran dan penyediaan air bersih warga sekitar pabrik dan penanaman 200 pohon di pabrik Total Sukabumi sebagai bentuk kepedulian perseroan untuk menjaga kelestarian alam dan ekosistem

## **2. Indofood Sukses Makmur Tbk**

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (“ICBP”) merupakan produsen berbagai produk konsumen bermerek yang mapan dan terkemuka dengan berbagai pilihan produk solusi sehari-hari bagi konsumen di segala usia. Banyak di antara merek produknya merupakan merek terkemuka yang telah melekat di hati masyarakat Indonesia, serta memperoleh kepercayaan dan loyalitas jutaan konsumen di Indonesia selama bertahun-tahun.

ICBP didirikan pada bulan September 2009 melalui proses restrukturisasi internal dari Grup Produk Konsumen Bermerek (“CBP”) PT Indofood Sukses Makmur Tbk (“Indofood”). Melalui proses restrukturisasi internal tersebut, kegiatan usaha Grup CBP dari Indofood, yang meliputi mi instan, dairy, makanan ringan, penyedap makanan, nutrisi dan makanan khusus, serta biskuit (sebelumnya tergabung dalam Grup Bogasari), dialihkan ke ICBP.

ICBP telah mencatatkan sahamnya di BEI sejak tanggal 7 Oktober 2010. Pada saat ini, Indofood tetap menjadi pemegang saham mayoritas ICBP dengan kepemilikan saham sekitar 80%. Oleh karenanya, ICBP tetap memiliki sinergi dengan perusahaan-perusahaan Indofood lainnya dalam meningkatkan keunggulan kompetitifnya.



Pada tahun 2012, ICBP mulai melaksanakan inisiatif untuk meraih peluang usaha baru dengan mendirikan dua perusahaan patungan dengan Asahi Group Holdings Southeast Asia Pte. Ltd. (“Asahi”) untuk memasuki pasar minuman non-alkohol di Indonesia. Kegiatan usaha minuman dimulai di akhir tahun 2013 menyusul akuisisi exclusive bottler untuk produk-produk PepsiCo dan yang selanjutnya disusul dengan akuisisi aset kegiatan usaha air minum dalam kemasan (“AMDK”) di awal tahun 2014.

Visi: “Produsen Barang-Barang Konsumsi yang Terkemuka.”

Misi:

1. Senantiasa melakukan Inovasi, fokus pada kebutuhan Pelanggan, menawarkan Merek-merek unggulan dengan Kinerja yang tidak tertandingi.
2. Menyediakan produk berkualitas yang merupakan pilihan pelanggan.
3. Senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi dan teknologi kami.
4. Memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan.
5. Meningkatkan *stakeholder's value* secara berkesinambungan

Nilai: "Dengan disiplin sebagai falsafah hidup; Kami menjalankan usaha kami dengan menjunjung tinggi integritas; Kami menghargai; Seluruh pemangku kepentingan dan secara bersama-sama membangun kesatuan untuk mencapai keunggulan dan inovasi yang berkelanjutan."

Fokus program CSR dalam perusahaan ini yaitu terletak pada indikator ekonomi, lingkungan, ketenagakerjaan, masyarakat dan tanggungjawab produk. Program CSR yang dilakukan dalam bidang ekonomi yaitu kemitraan petani, kemitraan pertanian berkelanjutan Indonesia dan peningkatan kapasitas perajin tempe. Program CSR yang dilakukan dalam bidang lingkungan yaitu dengan praktik perkebunan yang berkelanjutan, program binah lingkungan, bank sampah dan masih banyak lagi. Untuk bidang ketenagakerjaan program CSR yang dilakukan yaitu program pelatihan dan kebijakan keselamatan dan kesehatan kerja. Program CSR yang dilakukan dalam bidang kemasyarakatan yaitu beasiswa, rumah pintar Indofood dan masih banyak lagi. Sedangkan untuk bidang tanggung jawab produk program CSR yang dilakukan yaitu komitmen halal dan fasilitas layanan konsumen.

### **3. Prashida Aneka Niaga Tbk**

Prasidha Aneka Niaga Tbk (PSDN) didirikan tanggal 16 April 1974 dengan nama PT Aneka Bumi Asih dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1974. Kantor pusat PSDN terletak di Gedung Plaza Sentral, Lt. 20, Jln. Jend. Sudirman No. 47, Jakarta 12930 dan pabriknya berlokasi di Jl. Ki Kemas Rindho, Kertapati, Palembang.

Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Prashida Aneka Niaga Tbk, antara lain: Innovest Offshore Ventures Ltd (pengendali) (46,93%), Igiyanto Joe (18,92%), PT Aneka Bumi Prashidha (9,48%), PT Aneka Agroprashidha (7,92%) dan Lion Best Holdings Limited (7,77%). Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan PSDN

adalah bergerak dalam bidang pengolahan dan perdagangan hasil bumi (karet remah, kopi bubuk dan instan serta kopi biji).

Pada tahun 1994, PSDN memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham PSDN (IPO) kepada masyarakat sebanyak 30.000.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp3.000,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 18 Oktober 1994.

Fokus program CSR dalam perusahaan ini yaitu terletak pada indikator ekonomi, lingkungan dan ketenagakerjaan. Program CSR yang dilakukan dalam bidang ekonomi yaitu pembuatan jembatan baru untuk akses perumahan karyawan dan masyarakat sekitar perseroan.

#### **4. Sekar Bumi Tbk**

Di Sekar Bumi, kami percaya bahwa Indonesia memiliki banyak sumber daya alam berpotensi yang bisa ditawarkan. Kami bangga menjadi salah satu penyedia sumber daya alam terbaik di industri sejak 1968 dan menikmati posisi kami sebagai pemimpin pasar. Pegawai-pegawai berdedikasi kami terus bekerja keras agar dapat terus memproduksi ide-ide segar untuk menciptakan berbagai macam makanan bernutrisi untuk semua orang. Dengan sertifikasi-sertifikasi internasional kami, kami dapat meng-ekspor produk-produk kami ke negara Asia lainnya, Amerika Serikat dan Eropa.

Visi: “Menjadi pemimpin pasar dalam industri makanan beku di Indonesia sejalan dengan kualitas slogan makanan, kualitas hidup kita.”

Misi:

1. *Supply* - Menyediakan produk dengan kualitas tepat untuk memenuhi permintaan pelanggan dengan mendapatkan bahan baku yang tepat dari pemasok yang berkualitas.
2. *Key* - Kunci kesuksesan terletak di SDM-nya. Pihak berkepentingan: pemasok, pelanggan, karyawan dan pemegang saham adalah pilar-pilar kesuksesan kami. Memilih pemasok terbaik selalu, selalu memberi pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan kami, dan menjaga hubungan jangka panjang dengan pemasok dan pelanggan adalah prioritas kami. Sama pentingnya, memastikan kesejahteraan karyawan kami dengan memberikan lingkungan bekerja yang baik serta memenuhi kepentingan para pemegang saham adalah hal yang penting bagi kesuksesan Perseroan.
3. *Become* - Menjadi pilihan pertama para pelanggan kami dengan memenuhi permintaan mereka terhadap produk berkualitas baik. Makanan dengan kualitas baik yang tidak memenuhi permintaan pelanggan kami tidaklah berarti apa-apa; karenanya fokus upaya kami untuk mengerti pelanggan kami akan memberi tidak hanya produk-produk berkualitas baik tetapi juga produk yang memuaskan para pelanggan kami. Pelanggan yang puas akan menuntun pada bisnis yang memuaskan.

Fokus program CSR dalam perusahaan ini yaitu terletak pada indikator ekonomi, lingkungan dan ketenagakerjaan dan masyarakat. Program CSR yang dilakukan dalam bidang ketenagakerjaan yaitu pelatihan internal dan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengikuti pelatihan-pelatihan di luar sesuai tuntutan dan kebutuhan di setiap fungsi usaha.

## 5. Sekar Laut Tbk

Sejarah PT. Sekar Laut, Tbk. berawal dari sebuah usaha di bidang perdagangan produk kelautan di kota Sidoarjo, Jawa Timur pada tahun 1966. Kemudian berkembang menjadi usaha krupuk udang tradisional. Dengan kegigihan usaha yang dirintis berkembang pesat dari industri rumah tangga menjadi perusahaan penghasil krupuk.

Kunci kesuksesan PT. Sekar Laut, Tbk. adalah jiwa entrepreneur yang dimiliki oleh para perintis, perfeksionisme dalam kualitas produk dan sinergi kemampuan pemasaran dan distribusi. Itulah yang terus mendorong perusahaan untuk terus mengembangkan kapasitas dan ragam produknya dalam rangka menyongsong tantangan masa depan.

Visi:

1. Membuat komunitas dunia lebih tahu akan produk-produk makanan dengan kualitas produk bagus, sehat dan bergizi
2. Mempertahankan posisi sebagai perusahaan nomor satu dalam bidang industry kerupuk.

Misi:

1. Membantu mengolah sumber daya alam Indonesia yang berlimpah dengan tujuan untuk menyediakan makanan sehat yang bergizi dan berkualitas.
2. Membantu memberi pangan masyarakat seluruh dunia.
3. Membantu membangun dan meningkatkan kondisi ekonomi dan social masyarakat Indonesia.

Fokus program CSR dalam perusahaan ini yaitu terletak pada indikator lingkungan dan ketenagakerjaan. Program CSR yang dilakukan dalam bidang lingkungan yaitu pelestarian lingkungan dengan penanaman pohon dan untuk bidang ketenagakerjaan yaitu kegiatan donor darah yang dilakukan secara rutin oleh karyawan.

#### **6. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk**

Pertumbuhan Perseroan di masa lalu dimungkinkan oleh falsafah yang sederhana : “Komitmen untuk menghasilkan produk berkualitas yang dibutuhkan oleh konsumen di Indonesia”. Falsafah ini, yang di masa lalu telah berhasil kami lakukan, akan senantiasa kami pegang di masa-masa mendatang.

Visi: “Menjadi perusahaan industri makanan dan minuman yang terbaik dan terbesar di Indonesia, dengan senantiasa mengutamakan kepuasan konsumen, serta menjunjung tinggi kepercayaan para pemegang saham dan mitra kerja perusahaan.

Misi: “Menjalankan usaha dengan dilandasi kepekaan yang tinggi untuk senantiasa berorientasi kepada pasar/konsumen, dan kepekaan serta kepedulian untuk senantiasa memperhatikan lingkungan, yang dilakukan secara optimal agar dapat memberikan nilai tambah sebagai wujud pertanggung-jawaban kepada para pemegang saham.

Fokus program CSR dalam perusahaan ini yaitu terletak pada indikator ekonomi, lingkungan, ketenagakerjaan, masyarakat dan tanggung jawab produk. Prodran CSR dalam bidang lingkungan yaitu fasilitas produksi

dengan peralatan pengolahan limbah dan kemasan karton yang ramah lingkungan. Sedangkan program CSR bidang masyarakat yang dilakukan yaitu seluruh produk telah mempunyai sertifikat halal dari MUI dan memberikan bantuan berupa alat-alat kesehatan yang diperlukan oleh puskesmas dan posyandu yang ada di desa-desa tersebut.

#### **7. Gudang Garam Tbk**

Indonesia merupakan pasar konsumen yang besar dan beragam dengan persentase perokok dewasa yang signifikan, diperkirakan 67% laki-laki dewasa di Indonesia adalah perokok, dari total penduduk yang mencapai lebih dari 240 juta jiwa. Gudang Garam adalah produsen rokok kretek terkemuka, rokok kretek identik dengan Indonesia yang merupakan salah satu sentra utama perdagangan rempah di dunia. Gudang Garam dengan pangsa pasar rokok dalam negeri sekitar 20% (dihitung berdasarkan estimasi).

Perseroan dan hasil riset lembaga independen) merupakan produsen rokok kretek terkemuka dengan produk-produk yang sudah dikenal luas oleh masyarakat di seluruh Nusantara. Gudang Garam menyediakan lapangan kerja bagi sekitar 43 ribu orang yang sebagian besar terlibat dalam produksi rokok, termasuk sigaret kretek tangan dan operator mesin produksi, serta kegiatan operasional lainnya seperti distribusi, penjualan dan pemasaran.

Kesejahteraan karyawan menjadi perhatian utama, dari standar keselamatan kerja dan penyediaan fasilitas kesehatan hingga pelatihan kepemimpinan, manajemen, administrasi dan ketrampilan teknik, yang diselenggarakan di dalam maupun di luar perusahaan. Gudang Garam secara

tidak langsung juga mendukung penciptaan lapangan kerja, bagi kurang lebih empat juta komunitas di sector perkebunan tembakau dan cengkeh yang menyediakan bahan baku bagi Perseroan, serta sektor distribusi seperti pengecer dan pedagang asongan yang tersebar di seluruh Indonesia. Industri rokok sendiri, termasuk Perseroan, merupakan sumber utama pendapatan cukai dan pajak bagi negara. Gudang Garam memiliki fasilitas produksi rokok kretek di dua lokasi. Pertama, di kota Kediri, dengan jumlah penduduk 249 ribu jiwa yang merupakan pusat perdagangan regional yang ramai sekaligus lokasi kantor pusat Perseroan. Fasilitas produksi kedua berjarak 130 kilometer dari kota ini, tepatnya di Gempol. Dari kedua fasilitas produksi ini Perseroan mampu memenuhi permintaan produk rokok di masa mendatang.

Perseroan memproduksi berbagai jenis rokok kretek, termasuk jenis rendah tar dan nikotin (LTN) serta produk tradisional sigaret kretek tangan. Gudang Garam memiliki fasilitas percetakan kemasan rokok, dan di samping itu juga memiliki tiga anak perusahaan utama yaitu PT Surya Pamenang, yang memproduksi kertas karton untuk kemasan rokok Gudang Garam, PT Surya Madistrindo, sebagai distributor tunggal produk Perseroan, dan PT Surya Air sebagai penyedia layanan jasa penerbangan tidak berjadwal.

Fokus program CSR dalam perusahaan ini yaitu terletak pada indikator ekonomi, lingkungan, ketenagakerjaan dan masyarakat. Program CSR dalam bidang ekonomi yaitu penciptaan mata pencaharian baru. Program CSR dalam bidang masyarakat pemberian bantuan bahan kebutuhan pokok kepada sejumlah yayasan, panti asuhan, panti wreda dan panti cacat.



## 8. Kimia Farma Tbk

Kimia Farma adalah perusahaan industri farmasi pertama di Indonesia yang didirikan oleh Pemerintah Hindia Belanda pada tahun 1817. Awalnya, perusahaan ini bernama N.V. Chemicalien Handle Rathkamp & Co (Jakarta), N.V. Pharmaceutische Handel Svereneing J. Van Gorkom & Co. (Jakarta), N.V. Bandungsche Kinine Fabriek (Bandung) dan N.V. Jodium Onderneming Watoedakon (Mojokerto). Pada tahun 1958, berdasarkan keputusan nasionalisasi atas eks perusahaan Belanda di masa awal kemerdekaan, Pemerintah Republik Indonesia melebur sejumlah perusahaan farmasi menjadi Perusahaan Farmasi Negara (PNF) Bhinneka Kimia Farma. Kemudian pada 16 Agustus 1971, bentuk badan hukum PNF diubah menjadi Perseroan Terbatas, sehingga nama perusahaan berubah menjadi PT Kimia Farma (Persero).

Visi: “Menjadi korporasi bidang kesehatan terintegrasi dan mampu menghasilkan pertumbuhan nilai yang berkesinambungan melalui konfigurasi dan koordinasi bisnis yang sinergis.”

Misi: “Menghasilkan pertumbuhan nilai korporasi melalui usaha di bidang bidang:

1. Industri kimia dan farmasi dengan basis penelitian dan pengembangan produk yang inovatif.
2. Perdagangan dan jaringan distribusi.
3. Pelayanan kesehatan yang berbasis jaringan ritel farmasi dan jaringan pelayanan kesehatan lainnya.

4. Pengelolaan aset-aset yang dikaitkan dengan pengembangan usaha perusahaan.

Fokus program CSR dalam perusahaan ini yaitu terletak pada indikator ekonomi, lingkungan, ketenagakerjaan, masyarakat dan tanggungjawab produk. Program CSR dalam bidang ekonomi yaitu program kemitraan yang dilaksanakan dengan memberikan pinjaman kredit lunak kepada apotek, toko obat. Program CSR dalam bidang lingkungan yang dilakukan yaitu bantuan korban bencana alam, bantuan pendidikan dan pelatihan, kesehatan, pengembangan sarana dan prasarana umum.

#### **9. Tempo Scan Pasific Tbk**

PT. Tempo Scan Pacific Tbk merupakan salah satu perusahaan yang tergabung dalam Tempo Group yang membawahi divisi farmasi. Unit bisnis anak perusahaan ini terdiri dari pembuatan dan pendistribusian produk-produk farmasi, perawatan kesehatan, kosmetik dan jasa distribusi. Tempo Scan Pasific juga berkembang melalui divisinya yang terdiri dari divisi farmasi, divisi perawatan pribadi, divisi kosmetik dan dibantu pula dengan divisi pemasaran.

Perusahaan ini telah menghasilkan beberapa produk yang terkenal di pasaran, seperti Vidoran Syrup, NEO rheumacyl Anti Inflammation, vitonal-ASI, bodrex, Bodrexin Tablet, bodrex Flu & Batuk, Domedon, Mitno 4, Glicab dan beberapa produk lainnya. Perusahaan dibantu dengan fasilitas 2 pabrik yang terletak di Cawang dan Cikarang. Pabrik di Cawang berdiri di

atas tanah seluas 13.000 meter persegi sedangkan pabrik di Cikarang dibangun di atas tanah seluas 86.000 meter persegi.

Dalam perkembangannya, PT. Tempo Scan Pacific Tbk terus mengembangkan produk-produk yang terfokus pada obat bebas atau over the counter (OTC) yang menjadi andalan perusahaan. Dalam divisi farmasi yang bernama Pharma Consumer Health, perusahaan mampu memberikan kontribusi sekitar Rp 1,76 triliun atau setara 30,4% terhadap total penjualan bersih perusahaan pada tahun 2011. Untuk mendorong peningkatan laba perusahaan, Tempo Scan Pasifik berencana untuk mengembangkan produk suplemen yang merupakan kategori baru yang belum banyak dilirik oleh kompetitor. Munculnya wacana pengembangan suplemen ini datang dari gaya hidup yang dijalani oleh masyarakat sekarang cenderung lebih padat atau sibuk. Sehingga dibutuhkan suplemen untuk menanggulangi masalah tersebut. Dengan ini perusahaan menargetkan penjualan obat OTC sebesar 90% dan sisanya obat ethical (obat berdasarkan resep).

Produk Tempo Scan Pasifik telah menyebar sebesar lebih dari 45,1 % dari total pasar farmasi nasional. Dengan kata lain, produk perusahaan ini telah menguasai mayoritas pasar obat di dalam negeri. Tak hanya itu, produk buatan perusahaan ini juga telah mampu menembus pasar internasional dengan melakukan impor hingga ke Malaysia, Filipina, Timur Tengah, Nigeria serta negara-negara lainnya.

Fokus program CSR dalam perusahaan ini yaitu terletak pada indikator ekonomi.

## 10. Martina Berto Tbk

Visi: “Menjadi perusahaan perawatan kecantikan dan spa yang terkemuka di dunia dengan produk yang bernuansa ketimuran dan alami, melalui pemanfaatan teknologi modern, penelitian dan pengembangan sebagai sarana peningkatan nilai tambah bagi konsumen dan pemangku kepentingan lainnya.

Misi:

1. Mengembangkan, memproduksi dan memasarkan produk perawatan kecantikan dan spa yang bernuansa ketimuran dan alami dengan standar mutu internasional guna memenuhi kebutuhan konsumen di berbagai segmen pasar dari premium, menengah atas, menengah dan menengah-bawah dalam suatu portofolio yang sehat dan setiap merek mampu mencapai posisi 3 besar di Indonesia di setiap segmen pasar yang dimasukinya.
2. Menyediakan layanan yang prima kepada semua pelanggan dalam porsi yang seimbang, termasuk konsumen dan para penyalur produk;
3. Mempertahankan kondisi keuangan yang sehat dan pertumbuhan bisnis;
4. Merekrut, melatih dan mempertahankan tenaga kerja yang kompeten dan produktif sebagai bagian dari aset Perseroan;
5. Memanfaatkan metode operasi, sistem dan teknologi yang esien dan efektif di seluruh unit dan fungsi usaha;
6. Menerapkan “Good Corporate Governance” secara konsisten demi kepentingan para pemangku kepentingan (stakeholders);

7. Memberikan tingkat keuntungan yang wajar kepada para pemegang saham;
8. Mengembangkan pasar internasional kosmetika, produk spa dan herbal dengan fokus jangka menengah di kawasan Asia Pacic dan fokus jangka panjang di pasar global dengan produk dan merek pilihan.

Fokus program CSR dalam perusahaan ini yaitu terletak pada indikator ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Program CSR yang dilakukan dalam bidang lingkungan yaitu melalui Kampong Djamoeh Organik Martha Tilaar dan hutan jamu.

#### **11. Mandom Indonesia Tbk**

Misi: “Menghadirkan Kehidupan yang Lebih Menyenangkan, Indah, dan Sehat.”

Nilai-Nilai:

1. Menciptakan gaya hidup yang lebih bernilai, bersama dengan konsumen dan untuk konsumen.

Dengan kata kunci “Sehat”, “Bersih”, dan “Nikmat” untuk usaha, kami akan mewujudkan “kebutuhan/keinginan” yang bertolak dari konsumen, dalam bentuk produk/pelayanan yang menarik, menjadikannya sebagai “Nilai” yang akan kembali pada konsumen. Kami berusaha sekuat tenaga untuk menyajikannya kepada sebanyak mungkin konsumen di dunia.

2. Partisipasi aktif dari karyawan

Dalam iklim Perseroan yang menghargai manusia dan kebebasan/keluhuran sebagaimana tertanam dalam nama perusahaan

Mandom, maka kami akan berusaha membentuk komunitas manusia yang kaya kreativitas, sehingga mendukung perkembangan yang berkesinambungan bagi perseorangan maupun organisasi agar dapat meningkatkan nilai Perseroan.

### 3. Tanggung jawab Sosial dan *Sustainability*

Mengusahakan komunikasi dua arah dengan *stakeholder*, merespon tanggung jawab ekonomi sosial yang dituntutnya dengan lurus hati dan tindakan cepat. Berusaha mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang baik berdasarkan kepercayaan satu sama lain sebagai sesama “warga perusahaan yang baik”, berusaha menjalin keharmonisan dan solidaritas dengan masyarakat sebagai bentuk kontribusi bagi kemakmurannya.

Fokus program CSR dalam perusahaan ini yaitu terletak pada indikator ekonomi, lingkungan, ketenagakerjaan dan tanggung jawab produk. Program CSR yang dilakukan dalam bidang lingkungan yaitu membangun pengolahan limbah industri dan perseroan telah memiliki tempat dan izin untuk penyimpanan sementara limbah padat yang selanjutnya limbah tersebut diangkut oleh pihak ketiga. Sedangkan program CSR yang dilakukan dalam bidang tanggung jawab produk yaitu perseroan melakukan pengawasan ketat mulai dari pengadaan material sampai produk yang dikirim ke pelanggan. Program CSR yang dilakukan dalam bidang ketenagakerjaan yaitu secara rutin melakukan *medical check-up* bagi seluruh karyawan secara rutin diadakan kegiatan pengembangan karyawan berdasarkan kurikulum training yang telah di sesuaikan dengan kebutuhan masing-masing pemegang jabatan.

## 12. Kedawung Setia Industrial Tbk

PT Kedawung Setia Industrial Tbk. berdiri pertama kali pada tahun 1973. Perusahaan ini didirikan oleh Noto Suhardjo Wibisono dan Agus Nursalim dari Kedaung Grup yang memproduksi produk-produk dari enamel yakni bahan yang terbuat dari paduan kaca (Silica). Enam tahun berselang, kepemilikan perusahaan sepenuhnya dikuasai oleh keluarga Wibisono karena Agus Salim melepaskan seluruh sahamnya. Pada akhirnya PT Kedawung Setia Industrial Tbk dipimpin oleh Ali Sugiharto Wibisono.

Perkembangan usaha yang dijalani oleh perusahaan ini nyatanya tidak hanya terbatas pada pemenuhan konsumsi di pasaran domestik saja. Namun perusahaan ini telah mampu memasarkan produknya jauh hingga menembus pasaran internasional sejak tahun 1987. Pasar internasional pertama yang saat itu menjadi incarannya adalah Amerika Serikat. Perusahaan ini juga mampu "go public" dengan mencatatkan sahamnya dalam jajaran perusahaan dalam Bursa Efek Indonesia sejak tanggal 29 Juli 1996. Sejak saat itu perusahaan ini berubah status menjadi perusahaan terbuka.

Komitmen perusahaan untuk terus menjelma menjadi perusahaan yang tangguh diiringi dengan semakin cerah nya bisnis dalam industri enamel. Strategi jangka panjang yang selalu diterapkan perusahaan adalah terus memposisikan sebagai salah satu pelaku utama dalam sektor konsumsi, khususnya dalam produksi alat-alat rumah tangga. Kedawung Setia telah dipercaya hingga lebih dari empat dekade dalam memproduksi alat-alat yang berkualitas tinggi serta inovatif dalam pemilihan model. Dengan slogan

"*Colouring the kitchen*" Kedawung Setia memberikan pengalaman yang berbeda bagi konsumennya saat memasak. Demi menciptakan karya seni dari memasak, Kedawung Setia menciptakan berbagai produk yang menunjang kebutuhan rumah tangga.

Kedawung Setia menggunakan bahan enamel. Adapun beberapa alasan penggunaan bahan tersebut, antara lain enamel menjamin keamanan bahannya (menjamin tidak adanya reaksi kimia dengan makanan), tidak mudah luntur dan berwarna-warni, tidak mudah tergores, higienis, mudah dibersihkan, dan sangat ramah lingkungan. Oleh karena beberapa hal tersebut, dipilihlah enamel menjadi bahan utama pembuatan produk-produk Kedawung Setia. Produk-produk buatan Kedawung Setia antara lain teko, panci, tempat nasi dan beberapa produk unggulan lainnya.

Fokus program CSR dalam perusahaan ini yaitu terletak pada indikator ekonomi, lingkungan dan ketenagakerjaan. Program CSR yang dilakukan dalam bidang lingkungan yaitu memberikan motor pengangkut sampah guna menjaga lingkungan agar tetap bersih.

#### **4.1.2 Definisi Operasional Variabel**

##### **4.1.2.1 Variabel Independen**

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen. Instrumen pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada



instrumen yang diungkapkan oleh GRI, dimana pengungkapan tersebut diukur dengan menggunakan variabel *dummy*.

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan data yang diungkapkan oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosialnya meliputi tema lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan, tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk dan keterlibatan masyarakat. Secara total terdaftar 91 item berdasarkan GRI G4.

**Tabel 4.2 Hasil perhitungan *Corporate Social Responsibility***

No	Perusahaan	Pengungkapan CSR		
		2012	2013	2014
1	Tri Banyan Tirta Tbk	0.03297	0.02198	0.02198
2	Indofood Sukses Makmur Tbk	0.16484	0.17582	0.18681
3	Prashida Aneka Niaga Tbk	0.05495	0.05495	0.05495
4	Sekar Bumi Tbk	0.10989	0.13187	0.15385
5	Sekar Laut Tbk	0.03297	0.04396	0.04396
6	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	0.05495	0.09890	0.10989
7	Gudang Garam Tbk	0.08791	0.09890	0.10989
8	Kimia Farma Tbk	0.07692	0.07692	0.09890
9	Kedawung Setia Industrial Tbk	0.03297	0.02198	0.03297
10	Martina Berto Tbk	0.04396	0.04396	0.05495
11	Mandom Indonesia Tbk	0.10989	0.10989	0.13187
12	Tempo Scan Pasific Tbk	0.03297	0.03297	0.03297

Sumber: data diolah, 2016

#### 4.1.2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan yaitu kinerja keuangan. Salah satu analisa rasio yang sering digunakan oleh investor dalam menilai kinerja keuangan perusahaan adalah rasio

profitabilitas. *Return on Equity* (ROE) adalah salah satu rasio profitabilitas yang membandingkan laba bersih (*net income*) dengan total *stokholder's equity* perusahaan.

**Tabel 4.3 Hasil perhitungan *Return on Equity* (ROE)**

No	Perusahaan	ROE		
		2012	2013	2014
1	Tri Banyan Tirta Tbk	0.08558	0.02224	-0.01903
2	Indofood Sukses Makmur Tbk	0.13998	0.08904	0.12482
3	Prashida Aneka Niaga Tbk	0.06256	0.05106	-0.07442
4	Sekar Bumi Tbk	0.09949	0.28971	0.28032
5	Sekar Laut Tbk	0.06150	0.08192	0.10746
6	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	0.21081	0.16134	0.12510
7	Gudang Garam Tbk	0.15293	0.14903	0.16237
8	Kimia Farma Tbk	0.14274	0.13276	0.13060
9	Kedawung Setia Industrial Tbk	0.11657	0.10228	0.11221
10	Martina Berto Tbk	0.10476	0.03581	0.00645
11	Mandom Indonesia Tbk	0.13710	0.13538	0.13581
12	Tempo Scan Pasific Tbk	0.18943	0.16530	0.03834

Sumber: data diolah, 2016

#### 4.1.2.3 Variabel Pemoderasi

Variabel Moderasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) antara variabel dependen dan independen (Sugiyono, 2013: 39). Variabel moderasi pada penelitian yaitu struktur kepemilikan modal manajemen.

**Tabel 4.4 Hasil perhitungan kepemilikan manajemen**

No	Perusahaan	Kepemilikan Manajemen		
		2012	2013	2014
1	Tri Banyan Tirta Tbk	0.02258	0.02243	0.02241
2	Indofood Sukses Makmur Tbk	0.00016	0.00016	0.00016
3	Prashida Aneka Niaga Tbk	0.01652	0.01652	0.01652
4	Sekar Bumi Tbk	0.00066	0.01682	0.03100
5	Sekar Laut Tbk	0.00125	0.00125	0.00125
6	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	0.17970	0.17797	0.17892
7	Gudang Garam Tbk	0.00920	0.00920	0.00920
8	Kimia Farma Tbk	0.00002	0.00002	0.00002
9	Kedawung Setia Industrial Tbk	0.00026	0.00026	0.04812
10	Martina Berto Tbk	0.00094	0.00094	0.00094
11	Mandom Indonesia Tbk	0.00142	0.00142	0.00136
12	Tempo Scan Pasific Tbk	0.00102	0.00097	0.00097

Sumber: data diolah, 2016

### 4.1.3 Analisis Data

#### 4.1.3.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolonieritas dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal (Ghozali, 2012).

##### 4.1.3.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Adapun model yang baik adalah yang memiliki data berdistribusi normal. Alat yang digunakan dalam melakukan uji normalitas adalah *One Sample*

*Kolmogorov-Smirnov Test*. Jika nilai *Kolmogorov-Smirnov*  $> 0,6$  , maka dikatakan terdistribusi secara normal. (Ghozali, 2012)

Hasil pengujian normalitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5

**Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Data One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.06447756
Most Extreme Differences	Absolute	.151
	Positive	.151
	Negative	-.066
Kolmogorov-Smirnov Z		.909
Asymp. Sig. (2-tailed)		.380
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: data sekunder diolah 2016

Tabel diatas menunjukkan hasil pengujian normalitas indikator-indikator penelitian. Hasil pengujian normalitas menunjukkan bahwa seluruh indikator penelitian berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki signifikansi *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan nilai  $0.909 > 0.05$  (5%).

#### 4.1.3.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi diantara variabel independennya. Untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi

dalam model regresi, dapat dilihat dengan dua cara yaitu melihat nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*) (Ghozali, 2013)

3. Jika nilai tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.
4. Jika nilai tolerance  $\leq 0,10$  dan VIF  $\geq 10$ , maka terjadi gangguan multikolinearitas pada penelitian tersebut.

Hasil pengujian normalitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.6

**Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.052	.021		2.424	.021		
CSR	.702	.232	.456	3.030	.005	.999	1.001
KM	.300	.222	.203	1.350	.186	.999	1.001

a. Dependent Variable: ROE

Sumber: data sekunder diolah 2016

Hasil uji multikoloniaritas pada tabel diatas menunjukkan bahwa model regresi penelitian ini memiliki nilai tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ . Dimana nilai tolerance untuk variabel CSR dan kepemilikan manajemen yaitu 0,999 dan VIF untuk variabel CSR dan kepemilikan manajemen yaitu 1,001. Maka hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terdapat masalah multikoloniaritas, yang artinya antar variabel tidak memiliki hubungan.

#### 4.1.3.1.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Ghozali, (2011) menjelaskan autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah yang timbul karena residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari autokorelasi. Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Run Test*. *Run Test* bagian dari statistic *non-parametric* dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. Run test digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak. (Ghazali, 2012:120)

$H_0$  : residual (res\_1) random (acak)

$H_A$  : residual (res\_1) tidak random

**Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi  
Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.00508
Cases < Test Value	18
Cases >= Test Value	18
Total Cases	36
Number of Runs	13
Z	-1.860
Asymp. Sig. (2-tailed)	.063

a. Median

Sumber: data sekunder diolah 2016

Hasil output SPSS menunjukkan bahwa nilai test adalah 0,00508 dengan probabilitas 0,063 signifikansi pada 0,05 yang berarti bahwa hipotesis nol diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual random (acak) atau tidak terjadi autokorelasi antar nilai residual.

#### 4.1.3.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2012: 139) menjelaskan uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Kriteria yang digunakan untuk menyatakan bahwa penelitian terbebas dari gangguan heteroskedastisitas salah satunya dengan menggunakan koefisien signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 5% (0,05). Apabila tingkat

signifikansi  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas.

Hasil pengujian normalitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.8

**Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.043	.014		3.192	.003
CSR	.043	.148	.050	.290	.773
KM	.030	.142	.037	.215	.831

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: data sekunder diolah 2016

Tabel diatas menunjukkan bahwa pada masing-masing variabel bebas memiliki signifikansi  $> 0,05$  (5%). Dimana nilai signifikansi variabel pengungkapan CSR sebesar 0,773 dan variabel kepemilikan manajemen sebesar 0,831. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yang diuji tidak mengandung heterokedastisitas atau yang berarti homokedastisitas, dengan tidak adanya korelasi antara besarnya data dengan residual. Sehingga bila data diperbesar, tidak menyebabkan residual atau kesalahan yang semakin besar.

#### 4.1.3.2 Analisis Regresi

Berdasarkan uji asumsi klasik yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, tidak terdapat heterokedastisitas dan juga tidak terjadi autokorelasi. Oleh karena itu data yang tersedia telah memenuhi syarat untuk menggunakan model



regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui pada tabel berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Analisis Regresi 1**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.057	.021		2.721	.010
	CSR	.713	.234	.463	3.047	.004

a. Dependent Variable: ROE

Sumber: data sekunder, 2016

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

$$Y = 0,057 + 0,713 X + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan diatas adalah:

1.  $\beta_0 = 0,057$

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa variabel kinerja keuangan perusahaan berupa ROE memiliki nilai sebesar 0,057.

2.  $\beta_1 = 0,713$

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa jika CSR meningkat satu satuan, maka besarnya kinerja keuangan perusahaan berupa ROE akan meningkat sebesar 0,713.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Analisis Regresi 2**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.105	.013		8.006	.000
	KM	.323	.247	.218	1.305	.201

a. Dependent Variable: ROE

Sumber: data sekunder, 2016

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 0,105 + 0,323 X + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan diatas adalah:

1.  $\beta_0 = 0,105$

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa variabel kinerja keuangan perusahaan berupa ROE memiliki nilai sebesar 0,105.

2.  $B_2 = 0,323$

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa jika KM meningkat satu satuan, maka besarnya kinerja keuangan perusahaan berupa ROE akan meningkat sebesar 0,323.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Analisis Regresi 3**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.051	.023		2.190	.036
	CSR	.709	.255	.461	2.786	.009
	KM	.349	.761	.236	.459	.650
	moderat1	-.566	8.366	-.035	-.068	.946

a. Dependent Variable: ROE

Sumber: Data yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,051 + 0,709 X1 + 0,349 X2 - 0,566 X1X2 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan diatas adalah:

1.  $\beta_0 = 0,051$

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa jika variabel CSR (X1), kepemilikan manajemen (X2) dan interaksi CSR dengan kepemilikan manajemen sama dengan nol, yang artinya jika tidak ada variabel-variabel tersebut, maka kinerja keuangan perusahaan berupa ROE akan sebesar 0,051. Dengan kata lain bahwa jika tidak ada variabel lain yang mendukung, maka kinerja keuangan perusahaan berupa ROE akan tetap memiliki nilai sebesar 0,051.

2.  $\beta_1 = 0,709$

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa jika CSR meningkat satu satuan, maka besarnya kinerja keuangan perusahaan berupa ROE akan meningkat sebesar 0,709

3.  $\beta_2 = 0,349$

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa jika kepemilikan manajemen meningkat satu satuan, maka besarnya kinerja keuangan Perusahaan berupa ROE akan meningkat sebesar 0,349

4.  $\beta_3 = -0,566$

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa jika interaksi CSR dengan kepemilikan manajemen meningkat satu satuan, maka besarnya kinerja keuangan perusahaan berupa ROE akan menurun sebesar 0,0566

#### 4.1.3.3 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis pada penelitian ini digunakan uji statistik t dan uji statistik f.

##### 4.1.3.3.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pada tabel 4.9 dapat dilihat hasil dari Uji F yang dilakukan:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.047	3	.016	3.666	.022 <sup>a</sup>
	Residual	.137	32	.004		
	Total	.185	35			

a. Predictors: (Constant), moderat1, CSR, KM

b. Dependent Variable: ROE

Sumber: Data diolah tahun 2016

Tabel diatas memperlihatkan bahwa hasil regresi dengan tingkat signifikansi sebesar 0,022 yang bernilai lebih kecil daripada  $\alpha$  (0,05). Nilai signifikan yang lebih kecil dari  $\alpha$  mengartikan bahwa hipotesis diterima. Dengan demikian hasil perhitungan ini dapat diambil suatu keputusan bahwa *Corporate Social Responsibility* (X1), kepemilikan manajemen, juga variabel yang berinteraksi dalam penelitian ini yaitu antara X1M1 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

#### 4.1.3.3.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Untuk menguji faktor-faktor yang mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan secara parsial dapat dilihat dari hasil uji t. hasil perhitungan uji t dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.051	.023		2.190	.036
	CSR	.709	.255	.461	2.786	.009
	KM	.349	.761	.236	.459	.650
	moderat1	-.566	8.366	-.035	-.068	.946

a. Dependent Variable: ROE

Sumber: Data diolah tahun 2016

Berdasarkan hasil uji statistik t diatas, dapat diketahui arah beta regresi dan signifikansi. Terlihat bahwa hanya variabel CSR yang berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, sedangkan untuk kepemilikan manajemen dan Moderat1 tidak berpengaruh signifikan

terhadap kinerja keuangan perusahaan. Berikut ini dijelaskan hasil perhitungan uji t masing-masing variabel:

- H1: Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai t hitung variabel CSR sebesar 2,786 dengan nilai signifikansi sebesar 0,009. Dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel CSR terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Hasil yang positif ini menunjukkan bahwa peningkatan CSR akan meningkatkan pula kinerja keuangan perusahaan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima.

- H2: Pengaruh kepemilikan manajemen terhadap kinerja keuangan perusahaan

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai t hitung variabel KM (Kepemilikan Manajemen) sebesar 0,459 dengan nilai signifikansi sebesar 0,650. Dimana nilai ini lebih besar dari 0,05

sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kepemilikan manajemen terbukti tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) ditolak.

- H3: Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan dimoderasi oleh kepemilikan manajemen

Hipotesis ketiga mengenai kepemilikan manajemen yang memoderasi (Moderat1) variabel *Corporate Social Responsibility* dan kinerja keuangan perusahaan dapat diketahui bahwa berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 nilai t hitung sebesar -0,068 dengan nilai signifikansi sebesar 0,946. Dimana nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa secara parsial interaksi antara variabel CSR dengan kepemilikan manajemen (moderat1) tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan dimoderasi oleh variabel kepemilikan manajemen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa (H2) ditolak, atau bisa disebut jika kepemilikan manajemen semakin memperlemah hubungan CSR dengan kinerja keuangan perusahaan.

#### 4.1.3.4 Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali, (2012:97) koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan

variasi variabel dependen adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *adjusted* ( $R^2$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat dalam tabel 4.14 sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.506 <sup>a</sup>	.256	.186	.0655288940

a. Predictors: (Constant), moderat1, CSR, KM

Sumber: Data diolah tahun 2016

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Ghazali, 2012). Dari tabel koefisien determinasi diatas, dapat dilihat bahwa angka koefisien korelasi (R) sebesar 0,506. Hal ini berarti bahwa hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen sebesar 50%. Dari angka tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen cukup kuat. Besarnya *Adjusted R Square* ( $R^2$ ) adalah 18,6%. Hasil perhitungan statistik ini berarti bahwa kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi perubahan variabel dependen sebesar 18,6%,



sedangkan sisanya sebesar 81,4% (100%-18,6%) diterangkan oleh faktor-faktor lain di luar model regresi yang dianalisis.

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 *Corporate Social Responsibility* Berpengaruh Positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Hasil persamaan regresi 1 digunakan sebagai dasar untuk menjawab hipotesis 1 mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil pengujian persamaan regresi 1 pada tabel 4.9 menghasilkan nilai t hitung sebesar 3,047 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004. Hal ini berarti variabel independen *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2012) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial berhubungan positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Serta mendukung juga penelitian yang dilakukan oleh Hermi (2014) yang menyatakan bahwa Pengungkapan aktivitas CSR (CSR Disclosure) berpengaruh positif dan memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap variabel kinerja keuangan Perusahaan.

Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Hal itu dapat menandakan bahwa apabila perusahaan melakukan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya maka dalam jangka panjang akan membawa dampak positif yang tercermin pada keuntungan perusahaan dan peningkatan keuntungan yang akan didapatkan oleh investor. Beberapa dampak positif

yaitu seperti meningkatnya akuntabilitas perusahaan, membuat image perusahaan menjadi lebih baik di depan mata masyarakat umum, meminimalkan resiko, dan sebagai alat analisis bagi investor dan kreditor. Sehingga, hal ini dapat memicu perusahaan untuk lebih meningkatkan kesadaran untuk melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility* dan pengungkapannya.

#### **4.2.2 Kepemilikan Manajemen Tidak Berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan**

Hasil persamaan regresi 2 digunakan sebagai dasar untuk menjawab hipotesis 2 mengenai pengaruh kepemilikan manajemen terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil pengujian persamaan regresi 2 pada tabel 4.10 menghasilkan nilai t hitung sebesar 1,305 dengan nilai signifikansi sebesar 0,210. Hal ini berarti variabel independen kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra (2013) dimana penelitian yang dilakukan menghasilkan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Akan tetapi hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Widyati (2013) mengungkapkan bahwa kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen di Indonesia khususnya untuk perusahaan manufaktur sub barang konsumsi masih rendah sehingga pihak manajemen masih bertindak untuk memaksimalkan utilitasnya sendiri yang dapat merugikan pemegang saham

lainnya. Kepemilikan manajemen yang rendah juga mengakibatkan kinerja yang belum maksimal sehingga kepemilikan manajemen belum dapat menjadi mekanisme untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Alasan kepemilikan manajemen relatif karena proporsi saham yang ditawarkan kepada karyawan relatif kecil, hal tersebut dinyatakan dalam peraturan Bapepam IX.A.7 yang membatasi jumlah kepemilikan oleh karyawan yakni maksimal 10% dari jumlah penawaran umum.

#### **4.4.3 CSR tidak Berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan dimoderasi oleh Variabel Kepemilikan Manajemen.**

Hasil pengujian persamaan regresi 3 pada tabel 4.11 menghasilkan t hitung sebesar -0,068 dengan nilai signifikansi sebesar 0,946. Dimana nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa secara parsial interaksi antara variabel CSR dengan kepemilikan manajemen (moderat 1) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan dimoderasi oleh variabel kepemilikan manajemen, atau bisa juga disebut bahwa kepemilikan manajemen semakin memperlemah hubungan CSR dengan kinerja keuangan perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nurlala dan Islahuddin (2008) menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajemen dalam penelitiannya tidak dapat bertindak sebagai moderating dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Said et al. (2009) membuktikan bahwa kepemilikan saham oleh manajemen tidak

mempengaruhi pengungkapan CSR. Hal ini dimungkinkan karena secara statistik rata-rata jumlah kepemilikan saham manajemen pada perusahaan di Indonesia relatif kecil sehingga belum terdapat keselarasan kepentingan antara pemilik dan manajer. Adanya kepemilikan manajemen yang relatif kecil menyebabkan manajer belum dapat memaksimalkan nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR.

Hal tersebut juga sesuai dengan kepemilikan manajemen dalam penelitian ini, dimana kepemilikan manajemen dalam perusahaan manufaktur sub barang konsumsi hanya berkisar 0,1% berdasarkan pada tabel 4.4. Dengan kepemilikan manajemen dalam perusahaan sub barang konsumsi yang sangat relatif kecil, maka manajemen belum dapat memaksimalkan kinerja keuangan perusahaan tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan dimoderasi oleh variabel kepemilikan manajemen, atau dengan kata lain kepemilikan manajemen semakin memperlemah hubungan CSR dengan kinerja keuangan perusahaan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2014 dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Artinya bahwa pengungkapan CSR merupakan faktor yang dapat mempengaruhi meningkat atau menurunnya kinerja keuangan perusahaan. Semakin banyak suatu perusahaan mengungkapkan item CSR maka akan meningkat pula kinerja keuangan perusahaan. Hal ini dapat menandakan bahwa apabila perusahaan melakukan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya maka dalam jangka panjang akan membawa dampak positif yang tercermin pada keuntungan perusahaan dan peningkatan keuntungan yang akan didapatkan oleh investor.
2. Variabel kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen dalam perusahaan tidak dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Alasannya yaitu karena kepemilikan manajemen di Indonesia

khususnya untuk perusahaan manufaktur sub barang konsumsi masih rendah sehingga pihak manajemen masih bertindak untuk memaksimalkan utilitasnya sendiri yang dapat merugikan pemegang saham lainnya. Kepemilikan manajemen yang rendah juga mengakibatkan kinerja yang belum maksimal sehingga kepemilikan manajemen belum dapat menjadi mekanisme untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Alasan kepemilikan manajemen relatif karena proporsi saham yang ditawarkan kepada karyawan relatif kecil, hal tersebut dinyatakan dalam peraturan Bapepam IX.A.7 yang membatasi jumlah kepemilikan oleh karyawan yakni maksimal 10% dari jumlah penawaran umum.

3. Variabel pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Kepemilikan manajemen dalam perusahaan manufaktur sub barang konsumsi hanya berkisar 0,1 sampai 2%. Dengan kepemilikan manajemen dalam perusahaan sub barang konsumsi yang sangat relatif kecil, maka manajemen belum dapat memaksimalkan kinerja keuangan perusahaan tersebut.

## 5.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin dapat menimbulkan masalah terhadap hasil penelitian, diantaranya adalah:

1. Dalam penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi saja. Sedangkan perusahaan manufaktur memiliki

- beberapa sektor. Dengan keterbatasan sampel tersebut maka tidak dapat mencerminkan keadaan perusahaan manufaktur di BEI secara keseluruhan.
2. Penelitian ini hanya memakai ROE sebagai proksi kinerja keuangan, oleh karena itu hasil penelitian ini masih belum dapat mencerminkan kinerja keuangan seutuhnya dalam perusahaan.
  3. Nilai *R-Square* dalam penelitian ini masih relatif kecil yaitu 0,256 yang menunjukkan bahwa variabel pengungkapan CSR dan kepemilikan manajemen serta interaksinya hanya mampu mempengaruhi kinerja keuangan sebesar 18,6% dan terdapat variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang jauh lebih besar terhadap kinerja keuangan perusahaan.

### 5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, maka peneliti mengajukan saran dalam upaya perbaikan untuk penelitian selanjutnya antara lain:

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi sehingga tidak dapat digeneralisasikan pada industri lain. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan jumlah sampel dan juga melibatkan sektor lain, sehingga dapat mencerminkan keadaan perusahaan secara keseluruhan.
2. Proksi kinerja keuangan yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan ROE (*Return On Equity*), dengan begitu proksi tersebut tidak dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan secara

keseluruhan. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah proksi kinerja keuangan misalnya ROA maupun EPS.

3. Hendaknya ditambah dengan variabel yang lain yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan sehingga dapat memperbesar nilai *R Square* contohnya leverage, aktivitas dan arus kas perusahaan. Dan lain sebagainya.





## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan tejemahan

Ambadar, J., 2008. *Corporate Social Responsibility dalam Praktik di Indonesia*. Edisi 1, Penerbit Elex Media Computindo.

Amri dan Wicaksana. 2008. *CSR for Better Life: Indonesia Context CSR untuk Penguat Kohesi Sosial*. Jakarta: Indonesia Bussiness Links

Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta

'Amal, Muhammad Ihlashul. 2011. *Pengaruh Manajemen Laba, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab social dan lingkungan*. Skripsi. Semarang. Universitas Diponegoro

Budiartha, Ketut. 2008. *Cara Pandang Undang-Undang RI No. 40 Tahun 2007 dan Undang-Undang RI No. 17 Tahun 2000 terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)*. BULETIN STUDI EKONOMI Volume 13 Nomor 2 Tahun 2008.

Dahlia. dan Siregar. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility. terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006)*. Skripsi. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak.

Daniri, Mas Achmad. 2008. "*Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*". Artikel

Djakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnia Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus

Fahmi, Irham. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan Ke-2. Bandung: Alfabeta

Fahmi, Irham. 2012. *Pengantar Pasar Modal*. Bandung. Alfabeta

Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Cetakan Ke-6. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponego

Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Hamdani, Mailani. 2014. *Hubungan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan dan Harga Saham pada Perusahaan LQ45*. Jurnal Organisasi dan Manajemen, Volume 10, Nomor 1, Maret 2014,27-36
- Hermi, Helen Octavia. 2014. *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Kinerja perusahaan*. Jurnal.
- Isbandi, Beni Rudi. 2014. *Pengaruh Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Pemoderasi pada Hubungan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Artikel Ilmiah Mahasiswa 2014
- Kasmir. 2010. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2009. *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama
- Manik, Tumpal. 2011. *Analisis Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Komisaris Independen, Komite Audit, Umur Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Perusahaan Property & Real Estate di BEI)*. Jurnal JEMI, Vol.2, No.2, Desember 2011.
- Ma'ruf. 2013. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Minat Menabung di BMT Bahtera Pekalongan*. Skripsi. IAIN Walisongo
- Moeheriono. 2009. *Pengukuran Kinerja Berbasis kompetensi*. Bandung: Ghalia Indonesia
- Mukharomah, Wafiatun dan Linda. 2014. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Food and Beverages di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2007-2010*. Jurnal. Seminar Nasional dan Call for Paper (Sancall 2014): ISBN: 978-602-70429-1-9
- Nabila, Atina. 2011. *Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Strategi Pemasaran pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang*. Skripsi. UIN Malang.
- Najmuddin, Ansorullah. 2007. *CSR dalam perspektif Islam*. <https://jurnalnajmu.wordpress.com/2007/11/16/csr-dalam-perspektif-islam/>. Diunduh pada 6/1/2016.
- Nasir, Azwir dkk. 2013. *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Ukuran dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan pada Perusahaan Food*

*and Beverage yang Terdaftar di BEI. JURNAL EKONOMI* Volume 21, Nomor 4 Desember 2013

Nurhasanah, Rahmalia. 2014. *Pengaruh Return On Assets (ROA), Return ON Equity (ROE) dan Earning Per Share (EPS) terhadap Harga Saham. Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama*

Nurlela Rika dan Islahuddin. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. Skripsi. Universitas Syiah Kuala*

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (Revisi 2009) Paragraf kedua belas

Pratiwi, Raisa. 2012. *Pengaruh Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Corporate Social Responsibility dengan Kinerja Keuangan Perusahaan. Jurnal Ilmiah STIE MDP Vol. 2 No. 1 September 2012.*

Putra, Surya Andhika. 2013. *Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Ibtitutional, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Kinerja Perusahaan serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan (Studi terhadap Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2007-2011). Skripsi. Universitas Diponegoro*

Rachman, Nurdizal M, Efendi, Asep, dan Wicaksana, Emir. 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR. Jakarta: Penebar Swadaya*

Rahmawati, Ala. 2012. *Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan dengan CSR sebagai Variabel Intervening. Skripsi. Fakultas Ekonomi: Universitas Diponegoro.*

Ramadhani, Laras Surya. 2012. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. Skripsi. Universitas Diponegoro*

Rawi dan Munawar Muchlish. 2010. *Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, Leverage, dan Corporate Social Responsibility. Disampaikan dalam Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto, 13-14 Oktober 2010*

Rustiarini, N.W. 2008. *Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. Jurnal. Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto*

Said, Roshima, Yuserrie Hj. Zainuddin, dan Hasnah Haron. 2009. *“The Relationship between Corporate Social Responsibility and Corporate Governance Characteristic in Malaysian Public Listed Companies”*. *Social Responsibility Journal*. Vol. 5, No. 2, hal 212-226.

Septiana, Rika Amelia dan Emrinaldi Nur DP. 2012. *Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI 2007 s.d 2009)*. *Pekbis Jurnal*, Vol.4, No.2, Juli 2012: 71-84. Fakultas Ekonomi Universitas Riau Pekanbaru

Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA

Suta, I. P. G. A. 2007. *Kinerja Pasar Perusahaan publik di Indonesia: Suatu Analisis Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Yayasan SAD Satria Bhakti.

Swastika, I Nyoman. 2013. *Pengaruh Corporate Social Responsibility pada Kinerja Keuangan Perusahaan dan Implikasinya terhadap Nilai Perusahaan*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana.

Undang – Undang Perseroan Terbatas (UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas).

Utami, Sri dan Sawitri Dwi Prastiti. 2011. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Sosial Disclosure*. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, TH 16 No.1. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Semarang.

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Penerbit Fascho Publishing, Gresik.

Widyati, Maria Fransisca. 2013. *Pengaruh Dewan Direksi, Komisaris Independen, Komite Audit, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kinerja Keuangan*. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 1 Nomor 1 Januari 2013*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya .

Wijayanti, Feb Tri dkk. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. *Jurnal. Symposium Nasional Akuntansi XIV Aceh 2011* Universits Syiah Kuala Banda Aceh.

<http://ratnamustikas.blogspot.com/2013/10/corporate-social-responsibility-csr.html>  
diunduh pada (6/4/2015)

<http://pustakabakul.blogspot.co.id/2013/06/teori-kepemilikan-perusahaan-dan.html> diunduh pada (2/26/2016)

<http://www.kemenperin.go.id/artikel/7014/Manufaktur-Ditopang-Sektor-Barang-Konsumsi> diunduh pada (4/8/2016)

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org) diunduh pada (6/28/2016)

<http://www.ncsr-id.org/2012/12/23/isra-2012-sewindu-penghargaan-sustainability-reporting-laporan-keberlanjutan-di-indonesia-dan-kini-merambah-ke-asia-tenggara/> diunduh pada (6/28/2016)

