

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Signal Theory*

Perusahaan berkewajiban untuk memberikan laporan sebagai informasi kepada *stakeholder*. Hal tersebut dikarenakan kegiatan suatu perusahaan selalu berdampak kepada para stakeholder seperti karyawan, konsumen, investor, pemasok, pemerintah serta masyarakat dan kegiatan-kegiatan tersebut menjadi perhatian dan minat dari para stakeholder, terutama para investor dan calon investor sebagai pemilik dan penanam modal perusahaan sehingga laporan suatu perusahaan dianggap penting. Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan.

Laporan keuangan merupakan salah satu informasi yang wajib dilaporkan oleh perusahaan. Namun, perusahaan diharapkan dalam memberikan laporan atau informasi tidak hanya dalam bentuk laporan keuangan saja, namun laporan yang isinya tidak hanya laporan keuangan saja, contohnya yaitu laporan tahunan mengenai kegiatan Tanggung Jawab Sosial perusahaan atau laporan mengenai penerapan Tata Kelola Perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan dimata masyarakat dan para stakeholder.

Teori sinyal menjelaskan bagaimana sinyal-sinyal keberhasilan atau kegagalan manajemen suatu perusahaan disampaikan kepada pemilik perusahaan tersebut. Menurut Jogiyanto (2014) informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Pada saat informasi diumumkan, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Apabila pengumuman informasi tersebut dianggap sebagai sinyal baik, maka investor akan tertarik untuk melakukan perdagangan saham, sehingga pasar akan bereaksi yang tercermin melalui perubahan dalam volume perdagangan saham (Suwardjono, 2010).

Konsep *signaling theory* menjelaskan bahwa suatu perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada investor dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Selain informasi keuangan yang diwajibkan perusahaan juga melakukan pengungkapan yang sifatnya sukarela. Dimana salah satu dari pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan yaitu laporan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR ini merupakan sebuah sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada pihak eksternal perusahaan yang nantinya akan direspon oleh *stakeholder* dan *shareholder* melalui perubahan harga saham perusahaan dan perubahan laba perusahaan (Kurnianto, 2011).

2.2 *Legitimasi Theory*

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan dimasa yang akan datang. Hal ini, dapat dijadikan sarana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan individu dan kelompok individu yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. Definisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah individu dan kelompok masyarakat.

Legitimasi dapat memberikan mekanisme yang kuat dalam memahami pengungkapan sukarela untuk lingkungan dan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam teori legitimasi, organisasi harus secara berkelanjutan menunjukkan telah beroperasi dalam perilaku yang konsisten dengan nilai sosial. Hal ini seringkali dapat dicapai melalui pengungkapan (*disclosure*) dalam laporan keuangan perusahaan. Organisasi dapat menggunakan disclosure untuk mendemonstrasikan perhatian manajemen akan nilai sosial, atau untuk mengarahkan kembali perhatian komunitas akan keberadaan pengaruh negatif aktivitas organisasi. Penekanan pada teori legitimasi yaitu menempatkan persepsi dan pengakuan publik sebagai dorongan utama dalam melakukan pengungkapan suatu informasi di dalam laporan keuangan.

2.3 Stakeholder Theory

Stakeholder merupakan semua pihak baik *internal* maupun *eksternal* yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. *Stakeholder theory* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Berdasarkan karakteristiknya *stakeholder* dapat dibagi menjadi dua yaitu stakeholder primer dan stakeholder sekunder. Stakeholder primer merupakan seseorang/ individu atau sekelompok individu yang tanpanya perusahaan tidak dapat bertahan untuk *going concern*, meliputi: investor dan stakeholder, konsumen dan pemasok, karyawan, komunitas dan pemerintah. Stakeholder sekunder yaitu didefinisikan sebagai mereka yang mempengaruhi maupun dipengaruhi perusahaan, namun mereka yang tidak berhubungan dengan transaksi dengan perusahaan namun tidak esensial kelangsungannya.

Batasan *stakeholder* diatas mengisyaratkan bahwa suatu perusahaan seharusnya memperhatikan stakeholder, mengingat bahwa mereka adalah pihak yang mempengaruhi maupun dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan.

Jika suatu perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin mereka akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder*. Oleh sebab itu, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial sekitarnya. Perusahaan wajib menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendukungnya dalam rangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan (Hadi, 2011).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan strategi perusahaan untuk memuaskan keinginan para *stakeholder*, makin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan maka *stakeholder* akan makin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja perusahaan dan mencapai tujuan perusahaan yaitu dalam memperoleh *profit* atau laba.

2.4 *Corporate Social Responsibility*

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Anggraini, 2006).

Menurut konsep *signal theory* menyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal – sinyal kepada pihak luar perusahaan dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan (Yuniasih dan Wirakusuma, 2009). Selain informasi keuangan yang

diwajibkan perusahaan juga melakukan pengungkapan yang sifatnya sukarela. Salah satu dari pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan adalah pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR ini merupakan sebuah sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak luar perusahaan yang nantinya akan direspon oleh stakeholder dan shareholder melalui perubahan harga saham perusahaan dan perubahan laba perusahaan.

Berkaitan dengan pelaksanaan CSR, perusahaan bisa dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Meskipun cenderung menyederhanakan realitas, pengelompokan ini menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan CSR. Pengkategorian dapat memotivasi perusahaan dalam mengembangkan program CSR dan dapat pula dijadikan cermin dan *guideline* untuk menentukan model CSR yang tepat (Suharto, 2008).

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* dilakukan tidak hanya bertujuan untuk menjalankan peraturan pemerintah saja. Selain itu Tanggung Jawab Sosial diharapkan mampu untuk memberi manfaat bagi perusahaan dan informasi yang lebih kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap suatu perusahaan. Menurut Budiarta (2008) pihak-pihak yang dimaksud yaitu investor, kreditor, karyawan, pemasok, masyarakat, pemerintah dan lain-lain. Menurut Budiarta (2008) dalam mengelompokkan tanggungjawab sosial ke dalam empat kelompok yaitu sebagai berikut:

- *Economis Responsibility* menjelaskan bahwa secara ekonomi tanggung jawab perusahaan adalah menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat dengan harga yang wajar dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.
- *Legal Responsibility* menjelaskan bahwa dimanapun perusahaan beroperasi tentu saja tidak akan lepas dari peraturan dan undang – undang yang berlaku di tempat perusahaan didirikan. Peraturan tersebut terutama yang berkaitan dengan pengaturan lingkungan dan perlindungan konsumen.
- *Ethical Responsibility* perusahaan yang didirikan tidak hanya patuh dan taat pada hukum yang berlaku namun juga harus memiliki etika.
- *Discretionary responsibility*, tanggung jawab ini sifatnya sukarela seperti berhubungan dengan masyarakat, menjadi warga negara yang baik, dll.

Menurut Suharto (2008) dengan menggunakan dua pendekatan minimal ada delapan kategori perusahaan dalam melaksanakan CSR. Pendekatan yang dimaksud dalam hal ini adalah pendekatan porsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR dan tujuan CSR apakah untuk promosi atau pemberdayaan.

- a. Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya profit
 - Perusahaan Minimalis yaitu perusahaan dengan profit yang rendah dan memiliki anggaran CSR yang rendah.
 - Perusahaan Ekonomis yaitu perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi namun anggaran CSR nya rendah.

- Perusahaan Humanis yaitu perusahaan yang memiliki profit yang rendah namun memiliki anggaran CSR yang relatif besar.
 - Perusahaan Reformis yaitu perusahaan yang memiliki profit besar dan anggaran CSR yang besar.
- b. Berdasarkan tujuan untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat
- Perusahaan pasif yaitu perusahaan yang menerapkan CSR dengan tujuan yang tidak jelas. Bukan untuk promosi bukan pula untuk pemberdayaan masyarakat.
 - Perusahaan Impresif yaitu perusahaan yang melaksanakan CSR dengan tujuan sebagai sarana promosi bagi perusahaan.
 - Perusahaan Agresif yaitu perusahaan yang melaksanakan CSR dengan tujuan utama pemberdayaan masyarakat disamping juga bertujuan promosi.
 - Perusahaan Progresif yaitu perusahaan yang melaksanakan CSR dengan tujuan promosi sekaligus pemberdayaan masyarakat.

Bentuk atau program CSR dalam perusahaan biasanya dibagi dalam beberapa bidang yaitu sebagai berikut:

a. Bidang Ekonomi

Bidang ekonomi biasanya mencakup hal-hal yang berhubungan dengan perekonomian masyarakat yang tinggal disekitar perusahaan. Bidang ekonomi meliputi pemberdayaan potensi masyarakat di bidang kerajinan, pertanian dan perikanan dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat.

b. Bidang Keagamaan

Bidang keagamaan meliputi pemberian dana kegiatan keagamaan seperti dana dalam pembangunan masjid.

c. Bidang Pendidikan

Bidang pendidikan biasanya perusahaan memberikan beasiswa dan memperbaiki bangunan atau gedung sekolah yang sudah rusak supaya lebih layak dipakai.

d. Bidang Sarana dan Prasarana Umum

Perbaikan sarana gedung olah raga, perbaikan prasarana infrastruktur seperti perbaikan jalan, penerangan listrik dan prasarana desa lainnya.

e. Bidang Kesehatan

Bidang kesehatan meliputi pemberian dana posyandu, pengelolaan air, pengelolaan limbah dan pemberian dana *fogging*.

2.5 Kinerja Keuangan Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah sebuah tolak ukur untuk mengukur tingkat keberhasilan perusahaan dalam rangka memperoleh profit. Kinerja perusahaan merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam memperoleh profit atau laba. Dalam mengukur kinerja keuangan harus adanya kaitan antara perusahaan dengan pusat pertanggungjawaban. Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya kepada para pemilik perusahaan.

Menurut Dwiermayanti (2009) menyebutkan bahwa kinerja keuangan merupakan kondisi atas suatu keadaan keuangan dalam perusahaan yang dapat dianalisis dengan menggunakan alat-alat analisis keuangan sehingga mengetahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan. Kinerja keuangan suatu entitas disebut juga suatu penentuan yang mengukur mengenai baik buruknya perusahaan dalam prestasi kerja dapat dilihat dari kondisi keuangannya pada periode tertentu. Penelitian ini menggunakan *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Return On Sales* (ROS) dan *Earning Per Share* (EPS) untuk mengukur kinerja keuangan.

2.5.1 Return On Asset (ROA)

ROA memiliki kegunaan dalam mengukur keefektifitasan suatu entitas dalam memanfaatkan seluruh sumber daya. Menurut Dendawijaya (2003) menyatakan bahwa ROA menggambarkan kemampuan manajemen untuk memperoleh keuntungan (laba). Semakin tinggi ROA, semakin tinggi keuntungan perusahaan sehingga semakin baik pengelolaan aktiva perusahaan. Menurut Lestari dan Sugiharto (2007) ROA merupakan pengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari penggunaan aktiva. Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas asset dalam memperoleh keuntungan bersih. Rumus untuk menghitung ROA yaitu sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba/Rugi Bersih Setelah Pajak} \times 100\%}{\text{Total Asset}}$$

2.5.2 Return On Equity (ROE)

ROE merupakan salah satu alat utama investor yang digunakan dalam menilai kelayakan suatu saham. Dalam perhitungannya secara umum ROE dihasilkan dari pembagian laba dengan ekuitas selama satu tahun terakhir. Menurut Prihadi (2008) menyatakan bahwa ROE dapat memberikan beberapa gambaran mengenai perusahaan antara lain:

- Kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*profitability*)
- Efisiensi perusahaan dalam mengelola asset (*asset management*)
- Hutang yang dipakai untuk melakukan usaha (*financial leverage*)

Melihat gambaran ROE mengenai tiga hal diatas maka dapat dirumuskan perhitungan ROE sebagai berikut:

$$\text{Return On Common Equity} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Average Common Equity}}$$

2.5.3 Return On Sales (ROS)

Return on sales yang biasa disebut *Net Profit Margin* (NPM) yaitu digunakan untuk mengukur besarnya presentase penjualan yang menghasilkan keuntungan bersih. *Net profit margin* (NPM) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari hasil kegiatan operasionalnya. Menurut Kasmir (2008) menyebutkan bahwa *net profit margin* merupakan ukuran keuntungan yang membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan

penjualan. Rumus *Return On Sales* (ROS) menurut (Kasmir, 2008), yaitu sebagai berikut:

$$\text{Return On Sales} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}}$$

Penjualan

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* atau *Return On Sales* adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba di setiap penjualan yang telah di kurangi bunga dan pajak disetiap periode.

2.5.4 Earning Per Share (EPS)

Informasi EPS suatu perusahaan menunjukkan besarnya laba bersih perusahaan yang siap dibagikan bagi semua pemegang saham perusahaan. Apabila *Earnings per Share* (EPS) perusahaan tinggi, akan semakin banyak investor yang mau membeli saham tersebut sehingga menyebabkan harga saham akan tinggi (Dharmastuti, 2004). Tetapi pada kenyataannya ada perusahaan yang EPSnya menurun harga sahamnya meningkat. Berikut adalah rumus untuk menghitung EPS yaitu:

$$\text{Earning Per Share} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak} - \text{Deviden}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

Jumlah Saham yang Beredar

2.6 Return Saham

Menurut Jogiyanto (2014) menyebutkan bahwa *return* saham merupakan suatu hasil yang diperoleh dari investasi saham. Pendapatan dalam investasi saham ini meliputi keuntungan jual beli saham, dimana jika untung dinamakan *gain* dan jika mengalami kerugian dinamakan *loss*. *Return* saham dapat berupa *return* realisasi yang sudah terjadi atau *return* espektasian yang belum terjadi tetapi yang diharapkan akan terjadi dimasa mendatang. Sedangkan menurut Fahmi (2013) menyatakan bahwa *return* saham adalah suatu keuntungan yang diharapkan oleh seorang investor dikemudian hari terhadap sejumlah dana yang telah ditempatkannya.

2.7 Telaah Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya Muliana (2018) meneliti tentang "Pengungkapan Tanggungjawab Sosial (CSR), Kinerja Keuangan dan Harga Saham Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia". Dalam penelitian Muliana variabel yang digunakan yaitu perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010 sampai dengan tahun 2013. Penelitian ini menggunakan pendekatan kausalitas yaitu menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini akan menganalisis hubungan antara variabel independen yaitu pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) dengan variabel dependen yaitu kinerja keuangan dan harga saham. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 18 perusahaan. Sampel yang digunakan diambil dengan

menggunakan metode *sensus* (sampling jenuh), dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hasil penelitian tersebut menunjukkan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) tidak berpengaruh terhadap harga saham, selanjutnya kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap harga saham.

Penelitian sebelumnya Yaparto, K, dan Eriandani (2013) meneliti tentang “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Keuangan Pasar Sektor Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011”. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan yaitu *corporate social responsibility* sebagai variabel independen dan kinerja keuangan sebagai variabel dependen. Penelitiann ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2011. Sampel yang dikumpulkan dalam penelitian ini sebanyak 158 perusahaan. Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel independen (CSR) dan variabel dependen kinerja keuangan (ROA, ROE dan EPS). Berdasarkan hasil penelitan, analisa serta pembahasan yang dilakukan, maka kesimpulan dari hasil uji t menunjukkan bahwa CSR tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap semua rasio keuangan yang digunakan yaitu ROA, ROE dan EPS.

Penelitian Candrayanthi dan Saputra (2013) meneliti tentang “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia 2010-2011)”. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel independen dan kinerja perusahaan yang meliputi ROA, ROE, NPM sebagai variabel dependen. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling dan diperoleh sampel sebanyak 34 perusahaan. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan menganalisis data berupa laporan tahunan. Untuk membuktikan hipotesis maka dilakukan pengujian regresi linier sederhana yang diawali uji asumsi klasik. Model penelitian dinyatakan lulus uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *return on asset* (ROA) dan *return equity* (ROE) namun tidak berpengaruh positif terhadap net profit margin (NPM).

Penelitian Astari (2017) meneliti tentang “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia (Periode 2012-2014)”. Studi penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE) untuk menganalisis pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di industri pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

pada tahun 2012-2014. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan selama periode 2012-2014 yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Variabel penelitian ini adalah CSR, ROA, ROE, Size dan leverage. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada 15 perusahaan pertambangan pada periode 2012 sampai dengan 2014 dapat disimpulkan berdasarkan perhitungan koefisien regresi secara parsial (uji t) bahwa variabel pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA dan ROE.

Penelitian Putra dan Utama (2015) meneliti tentang “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Informasi Laba Akuntansi Pada Return Saham”. Penelitian ini dilakukan di seluruh perusahaan pertambangan tahun 2011-2013 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sample yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yang didapat melalui media perantara yaitu dari situs resmi BEI. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan pada *return* saham dan informasi laba akuntansi tidak berpengaruh terhadap return saham.

Penelitian Surtiningsih dan Wijaksana (2015) meneliti tentang “Pengaruh *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods Industry* yang Terdaftar di BEI tahun 2007-2013”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar

pengaruh *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) terhadap kinerja keuangan perusahaan sektor *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007-2013. Teori *Triple Bottom Line* digunakan sebagai teori keterkaitan antara CSR dengan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) dan variabel dependen yaitu kinerja keuangan yang diwakili oleh *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor *consumer goods industry* yang pernah terdaftar di BEI tahun 2007-2013. Pemilihan sampelnya menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh empat perusahaan sektor *consumer goods industry* yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi data panel dan pengolahan datanya menggunakan eViews 8 dengan *metode fixed effect*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSDI berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap ROA dimana diperoleh koefisien CSDI sebesar 0,527147 dengan p-value sebesar 0,2992. Selain itu, CSDI juga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap ROE dimana diperoleh koefisien CSDI sebesar 1,014336 dengan p-value sebesar 0,7102.

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Muliana (2018)	Pengungkapan Tanggungjawab Sosial (CSR), Kinerja Keuangan dan Harga Saham Perusahaan Pertambangan di BEI tahun 2010-2013.	Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis jalur (<i>path analys</i>) dengan bantuan progam SPSS versi 21. Penelitian ini menganalisis tentang hubungan variabel independen (CSR) dengan variabel dependen Kinerja Keuangan (ROA) dan harga saham.	H1: Pengungkapan Tanggungjawab Sosial (CSR) tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. H2: Pengungkapan Tanggungjawab Sosial CSR) tidak berpengaruh terhadap harga saham.
Yaparto, K, dan Eriandi (2013)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011.	Penelitiann ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2011, Sampel yang dikumpulkan dalam penelitian ini sebanyak 158 perusahaan. Variabel dalam	Berdasarkan hasil penelitian, analisa serta pembahasan yang dilakukan, maka kesimpulan dari hasil uji t menunjukkan bahwa CSR tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap ROA, ROE dan EPS.

		penelitian ini yaitu variabel independen (CSR) dan variabel dependen kinerja keuangan (ROA, ROE dan EPS).	
Candrayanthi dan Saputra (2013)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia 2010-2011)	Variabel yang digunakan independen (CSR) dan dependen yaitu kinerja perusahaan (ROA, ROE, NPM).	H1: Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap ROA. H2 : Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap ROE. H3 : Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap NPM.
Astari (2017)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia (Periode 2012-2014)	Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan selama periode 2012-2014 yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Variabel penelitian ini adalah CSR, ROA, ROE, Size dan leverage.	Berdasarkan hasil penelitian koefisien regresi secara parsial (uji t) bahwa variabel pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA dan ROE.

Putra dan Utama (2015)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Informasi Laba Akuntansi Pada <i>Return Saham</i>	Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Variabel dalam penelitian ini yaitu <i>corporate social responsibility</i> & informasi laba akuntansi sebagai variabel independen dan <i>return saham</i> sebagai variabel dependen.	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh positif signifikan pada <i>return saham</i> dan informasi laba akuntansi tidak berpengaruh terhadap <i>return saham</i> .
Surtiningsih dan Wijaksana (2015)	Pengaruh <i>Corporate Social Disclosure Index</i> (CSDI) terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor <i>Consumer Goods Industry</i> yang Terdaftar di BEI tahun 2007-2013	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu <i>Corporate Social Disclosure Index</i> (CSDI) dan variabel dependen yaitu kinerja keuangan yang diwakili oleh <i>Return on Assets</i> (ROA) dan <i>Return on Equity</i> (ROE).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSDI berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap ROA dan ROE.

2.8 Hipotesis Penelitian

2.8.1 Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* terhadap *Return On Asset (ROA)*

Perusahaan

Pengungkapan pertanggungjawaban sosial suatu perusahaan diantaranya terdapat pada laporan tahunan yang dapat dikatakan *Sustainability Reporting* perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat dikatakan berkelanjutan apabila perusahaan dalam membuat program tersebut dengan sungguh-sungguh dan setiap tahun berkomitmen. Menurut Priyanka (2013) *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh positif terhadap ROA perusahaan. Hal ini didukung dengan adanya hasil penelitian Candrayanthi dan Saputra (2013) yang menjelaskan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh terhadap return on *asset* (ROA). Sehingga dapat dikatakan bahwa suatu entitas yang menjalankan atau mempublikasikan tanggung jawab sosial di dalam laporan tahunannya memiliki dampak positif terhadap perusahaan itu sendiri karena dengan adanya CSR perusahaan memperoleh keuntungan dalam bentuk kesetiaan masyarakat dalam membeli produk dan mendapat kepercayaan dari para kreditor dan investor. Sehingga perusahaan akan mendapat nama baik dimata stakeholder yang nantinya akan berdampak pada pendapatan perusahaan. Hal ini akan memicu keuangan perusahaan menjadi lebih baik sehingga laba perusahaan meningkat dan akan diikuti oleh kenaikan ROE dan

ROA perusahaan di tahun berikutnya, oleh karena itu hipotesis yang peneliti kemukakan yaitu sebagai berikut:

H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *return on asset* (ROA).

2.8.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Equity* (ROE) Perusahaan

Perusahaan pada saat melaksanakan aktifitas operasionalnya berhubungan langsung dengan para stakeholder. Perusahaan yang mengungkapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dengan baik maka akan memiliki citra yang baik sehingga banyak investor yang tertarik untuk menanam sahamnya ke perusahaan tersebut. Hal ini akan memicu keuangan perusahaan lebih baik sehingga laba meningkat dan akan diikuti oleh kenaikan ROE dan ROA perusahaan ditahun berikutnya. Hal ini didukung dengan adanya hasil penelitian Candrayanthi dan Saputra (2013) yang menunjukkan bahwa aktivitas CSR berpengaruh positif terhadap *return on equity* (ROE). Sehingga hal tersebut sejalan dengan teori stakeholder yang mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut Ghazali dan Chariri

(2007). Oleh karenanya perusahaan yang mengungkapkan CSR maka dapat dikatakan memberikan manfaat bagi stakeholder karena perusahaan bertanggungjawab atas dampak yang diterima masyarakat dari kegiatan atau proses operasi perusahaan tersebut. Dengan adanya dukungan dari stakeholder diharapkan perusahaan dapat meningkatkan penghasilan perusahaan, oleh karena itu hipotesis yang peneliti kemukakan yaitu sebagai berikut:

H2: *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *return on equity* (ROE).

2.8.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Sales* (ROS) Perusahaan

Menurut Kieso, Weygandt dan Warfield (2011) menyebutkan bahwa *Return On Sales* dapat digunakan dalam pengukuran seberapa besar tingkatan dari setiap penjualan yang dapat memperoleh profit. *Return On Sales* (ROS) yaitu sebuah rasio yang dapat menjelaskan seberapa mampu suatu entitas untuk memperoleh keuntungan didapat berdasarkan hasil operasi perusahaan tersebut.

Perusahaan yang memiliki CSR maka *net profit margin* akan mengalami peningkatan karena stakeholder tertarik dengan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Hipotesis ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Priyanka (2013) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* pengaruh positif dan signifikan terhadap *Net Profit Margin* (NPM). Dengan adanya CSR pada suatu perusahaan akan menarik stackholder hususnya bagi para investor

untuk menanam modalnya pada perusahaan tersebut, selain itu perusahaan yang mengungkapkan CSR juga dapat meningkatkan citra perusahaan dimata stakeholder. Dengan demikian apabila perusahaan memiliki citra yang baik maka masyarakat juga setia untuk membeli produknya sehingga diharapkan perusahaan dapat meningkatkan penghasilan perusahaan, oleh karena itu hipotesis yang peneliti kemukakan yaitu sebagai berikut:

H3: *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Sales* (ROS).

2.8.4 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Per Share* (EPS) Perusahaan

Earning per share merupakan suatu keuntungan/ laba yang diperoleh oleh investor per lembar saham yang mereka miliki dalam perusahaan. *Earning per share* dapat digunakan perusahaan untuk mengukur atau menilai kinerja keuangan suatu perusahaan. Apabila *Earnings per Share* (EPS) perusahaan tinggi, akan semakin banyak investor yang mau membeli saham tersebut sehingga menyebabkan harga saham akan tinggi (Dharmastuti, 2004). Salah satu cara menarik investor untuk menanam modalnya di suatu perusahaan yaitu dengan cara meningkatkan nama baik atau citra baik perusahaan tersebut dengan mengungkapkan CSR. Hipotesis ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwaningsih (2014) dengan hasil penelitian *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *earning per share*. Suatu perusahaan

dikatakan baik atau memiliki citra baik apabila perusahaan memiliki *corporate social responsibility* yang baik. Apabila CSR suatu perusahaan baik maka secara otomatis akan menarik para investor untuk menanam saham diperusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan harga saham, oleh karena itu hipotesis yang peneliti kemukakan yaitu sebagai berikut:

H4: *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *earning per share* (EPS).

2.8.5 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Return Saham

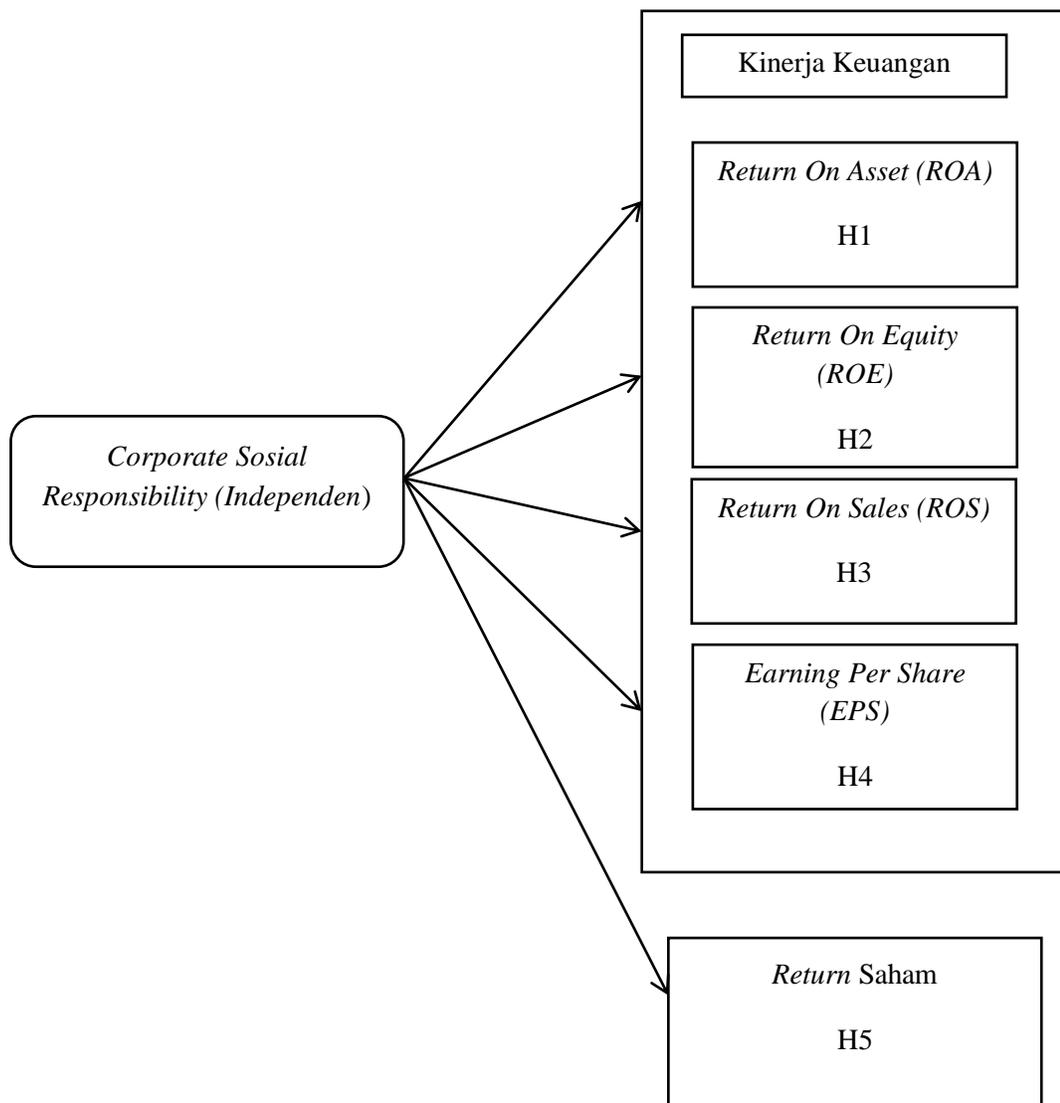
Dalam melakukan investasi di sebuah perusahaan investor menggunakan informasi- informasi yang terdapat dalam laporan tahunan selain laporan keuangan sebelum memutuskan untuk berinvestasi. Laporan tahunan juga menjadi salah satu pedoman bagi investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi. *Return* saham merupakan imbalan atas sejumlah dana yang telah diinvestasikan dalam saham. Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin memperluas pengungkapan dalam laporan tahunan. Penelitian yang mendukung hipotesis ini merupakan penelitian Putra & Utama (2015) hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh pada *return* saham. Hal ini merupakan sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada investor. Semakin luasnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan akan menambah informasi yang diterima oleh investor. Semakin luasnya informasi yang diterima investor akan meningkatkan

tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan. Dengan tingkat kepercayaan yang tinggi tentunya investor akan memberikan respon yang positif terhadap perusahaan berupa pergerakan harga saham yang cenderung naik, oleh karena itu hipotesis yang peneliti kemukakan yaitu sebagai berikut:

H5: *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *return* saham

2.9 Kerangka Penelitian

Berdasarkan hubungan antara variabel independent yaitu *corporate social responsibility* terhadap variabel dependen yaitu kinerja keuangan dan *return* saham, maka kerangka pemikiran pada penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian