

PENGARUH BIAYA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR COST) BERDASARKAN MOTIF KEUANGAN, MOTIF ETIKA, DAN MOTIF ALTRUISTIK TERHADAP CORPORATE FINANCIAL PERFORMANCE

Markus Djohan Utama

Devica Pratiwi

Universitas Bunda Mulia

dpratiwi@bundamulia.ac.id

ABSTRACT

This research aimed to determine the effect of CSR cost that the company paid for community, social, environment, etc. based on financial motive, ethic motive and altruistic motive simultaneously or partial, on the ROE and ROS of company. The research is quantitative research with the help of IBM SPSS Software 21 version with regression analysis. Population of this research is manufactured company listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) in the period 2011-2014. Samples were collected by purposive sampling method and 10 companies are used for this research. The result of the test is CSR cost based on ethic motive have a positive significant effect on ROE and ROS (sig. < 0,05). However, both CSR cost based on financial motive and altruistic motive have no-significant effect on ROE and ROS (sig. > 0,05). For the future research, the researcher recommend that the company which listed on Indonesia Stock Exchange are more transparent and detailed information on the CSR include the activities, the CSR target, the cost that company spend and all the other data about CSR. Then, the company which do the CSR investment and transparent with the CSR report can attract other potential investor for the company, so that can make a positive effect on the financial statement.

Keywords: *CSR Motive, Financial Motive, Ethic motive, Altruistic Motive*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Perusahaan saat ini secara berkelanjutan melakukan kegiatan CSR sebagai respon atas isu-isu lingkungan atau etika korporasi “*Global Impact*” dalam setiap keputusan dan tindakan bisnisnya. Konsekuensi ekonomik yang bakal

ditanggung korporasi jika menerapkan tanggung jawab tersebut adalah, di satu sisi, *cost* operasi meningkat secara signifikan. Sementara di sisi lain, kinerja laba juga akan menurun secara signifikan. Karena laba merupakan tolok ukur utama keberhasilan suatu korporasi maka penurunan laba tentu sangat

ditakuti pebisnis dan korporasi. Penurunan laba dapat berdampak buruk pada citra atau reputasi dan masa depan pebisnis dan korporasi sendiri. Selama ini, ketakutan tersebut telah menjadi sindrom di kalangan pebisnis sehingga mereka enggan memberikan *concern* pada isu-isu lingkungan. Ketakutan itu dapat dimaklumi karena selama 30 tahun terakhir dunia bisnis memang selalu didorong pemerintah untuk mencapai laba yang setinggi mungkin agar dapat membayar pajak dan royalti kepada Negara dalam jumlah besar dan terus meningkat. Artikel yang ditulis dalam *Business News* pada tahun 2005, sindrom itu keliru dan harus segera diakhiri karena justru dapat merugikan bagi masa depan korporasi itu sendiri. Paling sedikit ada dua solusi untuk mengakhiri sindrom tersebut.

Pertama, para pebisnis dan pemegang saham harus menyadari bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomi untuk mencapai tujuan-tujuan ekonomi (laba) semata untuk memenuhi kepentingan mereka, tapi juga memiliki tanggung jawab sosial dan

lingkungan. Perusahaan harus menyelaraskan tanggung jawab ekonominya dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Kedua, keputusan pebisnis untuk menerapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan harus pula dipandang sebagai suatu isu keputusan investasi untuk menempatkan perusahaan hidup dalam lingkungan bisnis yang kondusif dan meraup keuntungan yang langgeng. Meskipun dalam jangka pendek akan meningkatkan *cost* dan menurunkan laba, namun dalam jangka panjang tanggung jawab tersebut akan mendatangkan *economic benefits* bagi perusahaan.

Di Indonesia, Perusahaan-perusahaan mulai berlomba-lomba menjalankan kegiatan CSR, terbukti dari beberapa informasi CSR yang dilakukan kegiatan pernah dipublikasikan oleh www.kompas.com, seperti kegiatan yang dilakukan oleh BRI, Koperasi Pundi Artha, PT Astra Daihatsu Motor dan Adira Finance pada tahun 2014. Kemudian kegiatan CSR oleh Galesong Group dan Torabika yang baru saja dilakukan awal bulan April 2015 lalu.

Selama seperempat abad terakhir, banyak literatur atau penelitian terdahulu yang terkait dengan kegiatan CSR yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Tetapi, masih sedikit informasi mengenai pemahaman mengenai apa motif dibalik biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan CSR atau bagaimana pengaruh atas biaya-biaya kegiatan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan dan reaksi dari para investor yang memiliki peran *stakeholder* dalam perusahaan. Empiris menunjukkan bahwa eksekutif termotivasi untuk melakukan kegiatan CSR oleh motif keuangan, karena CSR telah menunjukkan dapat meningkatkan profitabilitas korporasi (Orlitzky et al 2003; Van Beurden dan Gossling 2008). Selain itu, motif intrinsik juga dapat mendorong CSR. Eksekutif dapat memperoleh kenikmatan pribadi dari CSR, yaitu memiliki keprihatinan altruistik atas kesejahteraan orang lain, atau mungkin menganggap CSR sebagai kewajiban moral yang harus mereka amati (Bronn dan Vidaver-Cohen 2009). Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini akan

membahas motif dari perusahaan dalam mempertimbangkan pengeluaran biaya kegiatan CSR mereka. Selanjutnya, penelitian ini juga akan meneliti pengaruh yang diberikan atas pengeluaran biaya kegiatan CSR yang dikeluarkan perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

1.2. Tujuan Khusus dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai adanya pengaruh dari Biaya atas kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan berdasarkan motif keuangan, motif etika, dan motif altruistik terhadap kinerja keuangan yang berlandaskan pendekatan akuntansi. Penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan, regulator, maupun investor. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini akan memberikan informasi yang dibutuhkan perusahaan mengenai kegiatan CSR berdasarkan motif apa yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan lebih baik, sehingga perusahaan dapat memfokuskan biaya CSR pada motif tersebut. Bagi regulator, kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan yang biasanya dipublikasikan melalui

media cetak atau televisi, atau laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan akan menjadi proses pembuatan kebijakan baru sehubungan dengan hasil temuan penelitian. Bagi investor, hasil penelitian akan membuka wawasan investor lebih luas lagi, untuk selalu memperhatikan perusahaan yang menjalankan kegiatan CSR dan memberikan citra baik di mata masyarakat, sehingga dapat mempercepat pengambilan keputusan investasi.

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada penelitian mengenai biaya kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan, motif CSR, dan pengaruhnya terhadap kinerja keuangan perusahaan dalam pendekatan akuntansi yang dilihat dari rasio profitabilitas. Perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2014.

1.4. Perumusan Masalah

- a. Apakah terdapat pengaruh biaya kegiatan CSR perusahaan berdasarkan motif

keuangan terhadap kinerja keuangan perusahaan?

- b. Apakah terdapat pengaruh biaya kegiatan CSR perusahaan berdasarkan motif etika terhadap kinerja keuangan perusahaan?
- c. Apakah terdapat pengaruh biaya kegiatan CSR perusahaan berdasarkan motif altruistik terhadap kinerja keuangan perusahaan?

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Grand Theory

Teori Kontrak sosial muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keseimbangan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk terhadap lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, di mana antarara keduanya saling pengaruh-mempengaruhi. Untuk itu agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial baik secara tersurat maupun tersirat, sehingga

terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingan masing-masing (Nor Hadi, 2011).

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, 2011:87). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (going concern) (O'Donovan, dalam Nor Hadi, 2011:87).

2.2.Lima (5) Pilar Aktivitas

Corporate Social Responsibility

Menurut Wibisono (2007), Aktivitas *Corporate Social Responsibility* terbagi dalam lima pilar utama:

1. *Building Human Capital:*
Secara internal, perusahaan dituntut untuk menciptakan

SDM yang andal. Secara eksternal, perusahaan dituntut untuk melakukan pemberdayaan masyarakat, biasanya melalui *community development*.

2. *Strengthening Economic:*
Perusahaan dituntut untuk tidak menjadi kaya sendiri sementara komunitas di lingkungannya miskin, mereka harus memberdayakan ekonomi sekitar.
3. *Assesing Social Chesion:*
Perusahaan dituntut untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitarnya agar tidak menimbulkan konflik.
4. *Encouraging Good Governence:*
Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan harus menjalankan tata kelola bisnis yang baik.
5. *Protecting The Environment:*
Perusahaan berupaya keras menjaga kelestarian lingkungan.

2.3.Motivasi CSR

Menurut Radyati (2014), perilaku perusahaan terhadap CSR dapat

dihubungkan dengan beberapa teori motivasi, yakni motivasi intrinsik (normatif) dan motivasi ekstrinsik (instrumental). Motivasi intrinsik mendorong seseorang/perusahaan membahagiakan orang lain karena kepuasan dan kebahagiaan bagi diri sendiri. Jadi ada suatu ikatan emosi untuk meningkatkan kesejahteraan orang lain. Dan konteks perusahaan, "orang lain" adalah para pemangku kepentingan. CSR yang dilakukan berdasarkan motivasi instrumental (ekstrinsik), menurut Waddock & Graves (1997) dan Orlitsky et al (2003) dapat meningkatkan kinerja keuangan, mengurangi risiko, meningkatkan reputasi, serta meningkatkan komitmen karyawan dan produktivitas. Pada akhirnya, CSR bermotivasi ekstrinsik ini dapat meningkatkan harga saham perusahaan. Jadi, CSR digunakan sebagai instrumen untuk mendapat imbalan berupa keunggulan bisnis perusahaan.

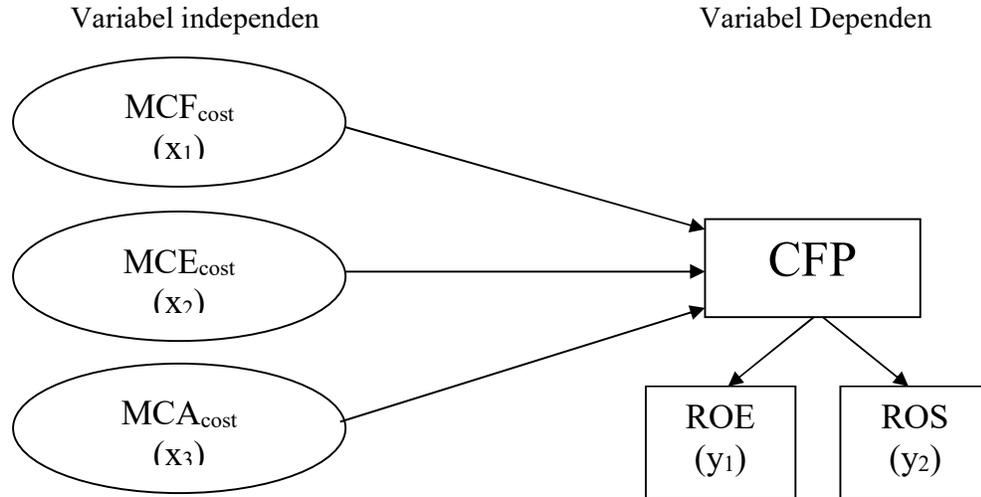
2.4. Manfaat Penilaian Kinerja

Menurut Irham Fahmi (2013) bagi pihak manajemen perusahaan ada banyak manfaat dengan dilakukannya penilaian kinerja:

2.5. Kerangka Pemikiran

1. Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien melalui permotivasi karyawan secara maksimum.
2. Membantu pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan karyawan seperti: promosi, transfer dan pemberhentian.
3. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan dan untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan.
4. Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka.
5. Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan.

Manfaat yang diperoleh dari penilaian kinerja ini terutama menjadi pedoman dengan melakukan tindakan evaluasi bagi pembentukan organisasi sesuai dengan penghargaan berbagai pihak, yaitu baik pihak manajemen serta komisaris perusahaan.



2.6. Hipotesis Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh Johan Graafland (2012) dalam penelitian “Motive for Social Responsibility” yang membuktikan bahwa kegiatan CSR yang dipengaruhi faktor intrinsik, khususnya motif altruistik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka penulis dapat menyusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh antara Biaya CSR berdasarkan motif keuangan (MCF_{cost}) terhadap Corporate Financial Performance – ROE

H2 : Terdapat pengaruh antara Biaya CSR berdasarkan motif etika (MCE_{cost}) terhadap Corporate Financial Performance – ROE

H3 : Terdapat pengaruh antara biaya CSR berdasarkan motif altruistic (MCA_{cost}) terhadap Corporate Financial Performance – ROE

H4 : Terdapat pengaruh antara Biaya CSR berdasarkan motif keuangan (MCF_{cost}) terhadap Corporate Financial Performance – ROS

H5 : Terdapat pengaruh antara Biaya CSR berdasarkan motif etika (MCE_{cost}) terhadap Corporate Financial Performance – ROS

H6 : Terdapat pengaruh antara biaya CSR berdasarkan motif altruistic (MCA_{cost}) terhadap Corporate Financial Performance – ROS

3. Metode Penelitian

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang

diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang difokuskan pada sektor manufaktur dari tahun 2011 hingga tahun 2014 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data sekunder

ini peneliti peroleh dari Website Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id dan website perusahaan.

3.2.Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Simbol	VARIABEL	INDIKATOR	SKALA
X1	Biaya CSR berdasarkan motif Keuangan (MCF-cost)		Rasio
X2	Biaya CSR berdasarkan motif Etika (MCE-cost)		Rasio
X3	Biaya CSR berdasarkan motif Altruistik (MCA-cost)		Rasio
Y1	Corporate Finansial Performance – ROE	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$	Rasio
Y2	Corporate Finansial Performance – ROS (Profit margin)	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Penjualan}}$	Rasio

3.3.Metode Pemilihan Sampel

Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah :

- a. Jumlah perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar pada tahun 2011 hingga tahun 2014.
- b. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan secara lengkap dari tahun 2011 hingga tahun 2014.
- c. Perusahaan yang melaporkan jenis kegiatan dan biaya *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dari tahun 2011 hingga tahun 2014.

3.4.Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis

pengaruh, yaitu regresi linier. Merupakan salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan di masa yang akan datang dengan berdasarkan data masa lalu, atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tidak bebas (*dependent*).

Software yang digunakan untuk membantu mengolah data pada penelitian ini antara lain adalah SPSS (Statistical Package for Service Solution) for windows version, yaitu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik, baik untuk statistik parametric maupun non-parametrik dengan basis windows (Ghozali, 2013).

Dalam menganalisis data dan menguji hipotesis, penulis menggunakan SPSS dengan melakukan beberapa teknik sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi yang dilakukan meliputi: Asumsi Normalitas,

Asumsi Heteroskedastisitas, Asumsi Multikolinieritas dan Asumsi Autokorelasi.

2. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas (X_i) secara bersamaan (simultan) terhadap variabel terikat (Y) (Baroroh, 2013, p2).

3. Uji Koefisien Regresi Sederhana/Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel bebas (X_i) atau variabel *dummy* (sebagai variabel bebas) mempengaruhi variabel terikat (Y) (Baroroh, 2013, p3).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Penyajian Data

Penentuan sampel penelitian menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1.
Penentuan sampel penelitian (Purposive Sampling)

Kriteria	Jumlah
Jumlah perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar pada tahun 2011 hingga tahun 2014	135
Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan secara lengkap dari tahun 2011 hingga tahun 2014	71
Perusahaan yang melaporkan biaya Corporate Sosial Responsibility (CSR) dari tahun 2011 hingga tahun 2014	10
Total sampel = 10 x 4 laporan tahunan = 40 sampel	

Sumber: Hasil olahan penulis

Tabel 4.2.
Sampel Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1	CTBN	Citra Turbindo Tbk
2	GDYR	Goodyear Indonesia Tbk
3	KRAS	Krakatau Steel Tbk
4	PBRX	Pan Brothers Tbk
5	HMSP	Handjaya Mandala Sampoerna Tbk
6	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk
7	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk
8	ESTI	Ever Shine Tex Tbk
9	ADES	PT Akasha Wira International Tbk
10	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk

Sumber: Hasil olahan penulis

4.2. Hasil Uji Statistik Tahap 1 (Hipotesis 1, 2, dan 3): Pengaruh Biaya Kegiatan CSR Berdasarkan Motif Keuangan (x_1), Motif Etika (x_2), Motif Altruistik (x_3) Terhadap Return On Equity (y_1)

4.2.1. Pengujian Hasil Hipotesis 1, 2, dan 3

Tabel 4.3
Hasil Pengujian Hipotesis 1, 2, dan 3

Hipotesis	Uji Sig.	Hasil
H1: Terdapat pengaruh antara Biaya CSR berdasarkan motif keuangan (MCF _{cost}) terhadap Corporate Financial Performance – ROE	0,299	H1 ditolak
H2: Terdapat pengaruh antara Biaya CSR berdasarkan motif etika (MCE _{cost}) terhadap Corporate Financial Performance – ROE	0,022	H2 diterima
H3: Terdapat pengaruh antara biaya CSR berdasarkan motif altruistic (MCA _{cost}) terhadap Corporate Financial Performance – ROE	0,961	H3 ditolak

Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa Hipotesis 2 diterima, yang artinya biaya kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dikeluarkan yang didasari motif etika **berpengaruh** signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproxy dengan rasio Return On Equity (ROE) dengan angka *sig.* 0,022 (< 0,05). Sedangkan Hipotesis

1 dan 3 ditolak, di mana biaya kegiatan biaya kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dikeluarkan yang didasari motif keuangan dan altruistic **tidak berpengaruh** signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproxy dengan rasio Return On Equity (ROE).

4.3. Hasil Uji Statistik Tahap II (Hipotesis 4, 5, dan 6): Pengaruh Biaya Kegiatan CSR Berdasarkan Motif Keuangan (x₁), Motif Etika (x₂), Motif Altruistik (x₃) Terhadap Return On Sales (y₂)

4.3.1. Pengujian Hasil Hipotesis 4, 5, dan 6

Tabel 4.4
Hasil Pengujian Hipotesis 4, 5, dan 6

Hipotesis	Uji Sig.	Hasil
H4: Terdapat pengaruh antara Biaya CSR berdasarkan motif keuangan (MCF_{cost}) terhadap Corporate Financial Performance – ROS	0,223	H4 ditolak
H5: Terdapat pengaruh antara Biaya CSR berdasarkan motif etika (MCE_{cost}) terhadap Corporate Financial Performance – ROS	0,034	H5 diterima
H6: Terdapat pengaruh antara biaya CSR berdasarkan motif altruistic (MCA_{cost}) terhadap Corporate Financial Performance – ROS	0,827	H6 ditolak

Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa Hipotesis 5 diterima, yang artinya biaya kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dikeluarkan yang didasari motif etika **berpengaruh** signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproxy dengan rasio Return On Sales (ROS) dengan angka sig. 0,034

(< 0,05). Sedangkan Hipotesis 4 dan 6 ditolak, di mana biaya kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dikeluarkan yang didasari motif keuangan dan altruistic **tidak berpengaruh** signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproxy dengan rasio Return On Sales (ROS).

4.4. Resume Hasil Penelitian

Hipotesis	Prediksi Arah	Hasil Uji Hipotesis	Hasil
$H_1 = MCF_{cost} \rightarrow ROE$	+	-	Tidak berpengaruh
$H_2 = MCE_{cost} \rightarrow ROE$	+	+	Berpengaruh
$H_3 = MCA_{cost} \rightarrow ROE$	+	-	Tidak Berpengaruh

$H_4 = \text{MCFcost} \rightarrow \text{ROS}$	+	-	Tidak Berpengaruh
$H_5 = \text{MCEcost} \rightarrow \text{ROS}$	+	+	Berpengaruh
$H_6 = \text{MCAcost} \rightarrow \text{ROS}$	+	-	Tidak Berpengaruh

Motif sepuluh perusahaan manufaktur yang menjadi sampel penelitian ini dalam melakukan kegiatan CSR-nya sudah terlihat dari laporan tahunan yang mendeskripsikan kegiatan yang dilakukan perusahaan dan biaya yang dikeluarkan dalam keikutsertaan perusahaan pada tanggung jawab sosial. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa biaya kegiatan CSR yang dikeluarkan perusahaan atas dasar motif etika memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproyeksikan dengan rasio profitabilitas, yakni ROE dan ROS. Di sisi lain, biaya kegiatan CSR yang dikeluarkan berdasarkan motif keuangan dan altruistik belum dapat memberikan bukti yang kuat dalam mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan yang berlandaskan rasa bertanggung jawab dan ingin mensejahterakan orang lain (etika), memberikan imbas yang kuat pada

kondisi keuangan perusahaan. Masyarakat bereaksi positif pada hasil kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang tercantum dalam laporan tahunan perusahaan atau terpublikasi di media cetak dan elektronik. Efek positif dari masyarakat ini meningkatkan angka penjualan ataupun investasi yang terlihat dari rasio keuangan perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini. Artinya semakin besar biaya kegiatan CSR yang dikeluarkan perusahaan, semakin baik pula kinerja keuangan perusahaan setiap perodenya.

Sehingga perusahaan yang melakukan investasi pada CSR akan mendapatkan citra positif, reputasi bagus, dan *goodwill* sehingga akan mendapatkan banyak kemudahan dari para *stakeholder* dalam akses ekonomi, pasar dan bisnis dalam jangka panjang. Selain itu perusahaan yang peduli CSR akan dinilai memiliki risiko finansial dan risiko bisnis yang rendah serta memiliki prospek bisnis yang bagus oleh para

kreditur dan investor. Karena itu, perusahaan tersebut pantas diberi pendanaan atau ditawarkan pinjaman dengan tingkat suku bunga yang rendah. Para investor juga memiliki persepsi yang sama sehingga perusahaan yang ramah CSR umumnya menjadi target investasi.

5. Kesimpulan dan saran

5.1.Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris apakah biaya kegiatan CSR yang didasarkan pada motif keuangan, etika, atau lingkungan dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tiga motif yang perusahaan lakukan dalam pengeluaran biaya untuk kegiatan CSRnya, hanya motif etika yang memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproyeksikan oleh rasio profitabilitas, ROE dan ROS. Hal ini membuktikan semakin besar investasi yang dilakukan perusahaan untuk kegiatan CSRnya, maka semakin baik pula kinerja keuangan perusahaan.

Di sisi lain, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kurangnya arah perusahaan dalam menyusun sasaran yang strategis dan tepat dalam kegiatan CSR yang dilakukan. Perusahaan harus lebih fokus dan merata dalam penyebaran investasi CSR yang dilakukan. Sehingga mungkin saja, motif keuangan dan motif lingkungan yang awalnya kurang memberikan dampak pada kinerja keuangan perusahaan, nantinya dapat menjadi motif yang kuat dan signifikan dalam memberikan pengaruh yang positif pada kinerja keuangan perusahaan.

5.2.Saran

Penelitian ini menggunakan biaya kegiatan CSR perusahaan yang didasarkan pada motif keuangan, etika dan lingkungan sebagai variabel independen. Dalam laporan tahunan yang diterbitkan perusahaan, lebih banyak menceritakan kegiatan CSR apa saja yang dilakukan tanpa menyertakan biaya CSR yang terserap. Selain itu biaya CSR yang dikeluarkan juga tidak diungkapkan secara jelas dalam laporan keuangan

atau catatan atas laporan keuangan. Sehingga untuk perusahaan yang terdaftar di BEI dalam sektor apapun, lebih baik mulai merumuskan strategi-strategi CSR yang lebih fokus dan tepat sasaran, dan mengungkapkan kegiatan dan biaya CSR secara lebih rinci dalam laporan tahunan.

Dengan demikian setiap entitas /perusahaan dapat melakukan investasi CSR secara sistematis dan transparan dalam pelaporannya, sehingga dapat memberikan dampak yang positif pada kinerja keuangannya dan memberikan daya tarik tambahan bagi investor dan kreditur.

Daftar Pustaka

- Baroroh, Ali. (2013). *Analisis Multivariat dan Time Series dengan SPSS 21*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Fahmi, Irham. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Graafland, Johan. (2012). *Motive For Social Responsibility*, De Economist Volume 160, issue 4 p.377-396.
- Hadi, Nor. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). *Corporate social and financial performance: A meta-analysis*. *Organization Studies*, 24, 403–441
- Radyati, Maria R. Nindita. (2014). *Sustainable Business dan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jakarta: Trisakti University
- Van Beurden, P., & Gossling, T. (2008). The worth of values—A literature review on the relation between corporate social and financial performance. *Journal of Business Ethics*, 82, 407–424.
- Waddock, S. A., & Graves, S. B. (1997). The corporate social performance-financial performance link. *Strategic Management Journal*, 18, 303–319.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR: Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Publishing