

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN KINERJA BANK TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Nilhasanah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu

Abstract

The purpose of this study is to examine the relationship between corporate social performance and financial performance. In addition, this study also aims to examine corporate social responsibility disclosure as a moderating variable the relationship between corporate social performance and financial performance of banking companies in Indonesia. The sample consisted of 35 listed bank in Indonesia Stock Exchange. The results of the study showed that the corporate social responsibility performance negatively effect financial performance. This means that the higher the cost of corporate social responsibility, the lower the company's financial performance. In testing the effect of moderating variable, the results of this study does not provide evidence that the corporate social responsibility disclosure as a moderating variable relationship between corporate social performance and financial performance. However, other results in this study showed that as the independent variable, the corporate social responsibility disclosure positively effect on financial performance, which means that the more items that disclosed the company, the higher the company's financial performance.

Keywords: CSR disclosure, CSR performance, firm performance

1. Pendahuluan

Secara umum tujuan pendirian perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan (laba) serta mempertahankan eksistensinya. Menurut Fuad (2000) upaya perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya dapat dilakukan dengan menciptakan laba, menciptakan pelanggan, dan menjalankan upaya-upaya pengembangan dengan memusatkan perhatian pada kebutuhan masyarakat dalam hal produk yang diinginkan, kualitas, harga, kuantitas, waktu pelayanan, kegunaan produk, dan sebagainya.

Menurut Freeman (1994) perusahaan harus mampu mengelola hubungan dengan kelompok kunci, seperti pemegang saham, pelanggan, karyawan, dan masyarakat. Gray et al. (1996) menyatakan bahwa perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan masyarakat bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat (Gray et al., 1996). Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan laba perusahaan. Salah satu upaya untuk mendapatkan penerimaan dari pemangku kepentingan adalah dengan melakukan dan mengungkapkan aktivitas corporate social responsibility (Budiarsi, 2005).

Menurut Goesling & Vocht (2007) corporate social responsibility merupakan kewajiban perusahaan untuk bertanggungjawab pada lingkungan dan stakeholder dalam mencapai tujuan keuangan perusahaan. Akticitas CSR didasarkan pada tiga motif, yaitu: (1) motif keuntungan dimana perusahaan melaksanakan CSR agar keuntungan perusahaan tersebut meningkat, (2) perusahaan melaksanakan CSR untuk mengurangi ancaman atau tekanan dari pemerintah atau aktivis LSM, dan (3) kesadaran moral, perusahaan tanpa pamrih untuk mendapatkan keuntungan finansial, secara sadar merespon kebutuhan akan pentingnya perhatian pada lingkungan (Baron dalam Budiarsi, 2008).

Freeman (1994) berpendapat bahwa kinerja sosial diperlukan untuk mencapai legitimasi bisnis. Manajer memiliki tanggung jawab kepada semua pemangku kepentingan, bukan hanya kepada para pemegang saham. Rajput et al. (2012) menemukan hubungan positif antara tanggung jawab sosial dan kinerja keuangan.

Menurut Berman (1999) kebijakan dan praktik terhadap serikat pekerja, partisipasi karyawan dalam pengambilan keputusan, kebijakan remunerasi, dan kondisi kerja menggambarkan corporate social responsibility perusahaan terhadap karyawannya. Dengan melakukan CSR terhadap karyawannya, perusahaan dapat memuaskan kebutuhan karyawan, meningkatkan kinerja mereka dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan karyawan akan menghasilkan motivasi dan produktivitas yang lebih tinggi.

Corporate social responsibility perusahaan terhadap konsumen dapat dilakukan melalui iklan standar etika, kesehatan dan keamanan konsumen sehubungan dengan penggunaan produk (Lech, 2013). Menurut Parket & Eilbert (1975) transparansi perusahaan mengenai produk atau jasa yang diberikan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, hal ini membantu memperkuat brand image dan reputasi perusahaan serta meningkatkan loyalitas konsumen. Sehingga secara tidak langsung hal ini dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk terus menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut yang pada akhirnya mampu meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Corporate social responsibility terhadap masyarakat dapat dilakukan dalam bentuk sumbangan, kemitraan publik-swasta, hubungan dengan masyarakat, dan partisipasi perusahaan dalam pembangunan sosial dan ekonomi. Menurut Wang & Qian (2011) tindakan ini dapat dianggap sebagai alat bagi perusahaan untuk membangun reputasi dan meningkatkan loyalitas masyarakat, sehingga tujuan perusahaan dalam mencapai keuntungan dalam hal ini laba akan didukung oleh masyarakat sekitar aktivitas ekonomi perusahaan tersebut sehingga kinerja keuangan perusahaan pun akan meningkat.

Di Indonesia konsep CSR sudah mulai disadari perusahaan-perusahaan besar. Contohnya Program Community Development yang dijalankan hampir semua perusahaan besar, maupun Program Kemitraan dan Bina Lingkungan oleh BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang menjadi bukti bagaimana korporasi menerapkan konsep CSR. Penerapan CSR oleh The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited (HSBC) yang memberikan perhatian khusus di bidang pendidikan, lingkungan hidup dan sosial melalui program "HSBC Kita" dan Bakrie Corporation yang melaksanakan carbon offset dengan program revegetasinya yaitu penanaman 5000 pohon (Jalal, 2007).

Penerapan Corporate social responsibility bukan hanya memberikan keuntungan bagi perusahaan yang ditunjukkan melalui kinerja keuangan perusahaan, namun untuk perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dan atau berkaitan dengan sumber daya alam, melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu kewajiban yang diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007

tentang Perseroan Terbatas (UU PT) Pasal 74 (Nistantya, 2010). Selain itu, berdasarkan Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007 Pasal 15 dan 34 disebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, dan yang terakhir adalah pencabutan izin kegiatan.

Menurut Nistantya (2010) keberhasilan CSR dapat diukur melalui indikator yang disebut dengan corporate social performance. Corporate social performance merupakan hal yang cukup penting bagi citra (reputation) perusahaan, terutama untuk jangka panjang perusahaan yang dapat memberi kontribusi cukup berarti dalam pengembangan berkelanjutan bagi perusahaan. Dengan demikian menurut Nistantya (2010) corporate social performance dapat menjadi salah satu ukuran bagi citra atau reputasi perusahaan.

Menurut Sueb (2001), perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya harus mengeluarkan biaya tambahan yang tidak sedikit jumlahnya, namun pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu keharusan baik dari segi tuntutan bisnis maupun etis, yang relevansinya semakin dirasakan dalam operasi bisnis modern. Kelompok biaya sosial yang paling banyak dipilih oleh perusahaan adalah penyajian biaya pengelolaan lingkungan, biaya kesejahteraan pegawai, biaya untuk masyarakat di sekitar perusahaan, serta biaya pemantauan produk (Sueb, 2001). Biaya-biaya inilah yang kemudian dapat digunakan sebagai ukuran kinerja corporate social responsibility perusahaan.

Selain biaya sosial, perusahaan yang melakukan aktivitas corporate social responsibility juga harus menginformasikan kepada stakeholder aktivitas-aktivitas corporate social responsibility apa saja yang telah dilakukan melalui suatu pengungkapan yang dikenal dengan istilah corporate social responsibility disclosure. Bayoud et al. (2012) mendefinisikan corporate social responsibility disclosure sebagai media bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan pencapaian perusahaan yang berkaitan dengan aktivitas corporate social responsibility kepada stakeholder-nya. Menurut Ahmad et al. (2003) corporate social responsibility disclosure ini dapat meningkatkan kepercayaan stakeholder terhadap perusahaan yang kemudian akan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan.

Survey global yang dilakukan oleh the economist intelligence unit menunjukkan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan (Warta Ekonomi dalam Sayekti dan Ludovicus, 2006). Penelitian Basamalah dan Jermias (2005) menunjukkan bahwa salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis. Meskipun belum bersifat mandatory, tetapi dapat dikatakan bahwa hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta sudah mengungkapkan informasi mengenai CSR dalam laporan tahunannya (Yuniasih dan Gede, 2007). Beberapa peneliti terdahulu telah berhasil membuktikan adanya hubungan positif antara pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dengan kinerja keuangannya. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Purnomo dan Widianingsih (2011), hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan pengungkapan kinerja lingkungan dan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan net profit margin.

Penelitian mengenai hubungan CSR dengan kinerja keuangan telah banyak diteliti baik itu di Indonesia maupun di luar negeri dan hasil dari penelitian tersebut bervariasi. Waddock et al. (1997) menunjukkan bahwa corporate social performance memiliki hubungan positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Boaventura et al. (2012) menunjukkan bahwa Kinerja Sosial Perusahaan (CSP) memiliki hubungan positif dengan kinerja keuangan perusahaan.

Nistantya (2010) menunjukkan bahwa corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Wijesinghe & Senaratne (2011) menunjukkan hubungan positif signifikan antara pengungkapan CSR dan ROE & ROA.

Sedangkan Ullman (1985) menyimpulkan bahwa ada hubungan negatif antara tanggung jawab sosial dan kinerja keuangan. Ullman (1985) juga berpendapat bahwa tanggung jawab sosial yang tinggi akan menghasilkan biaya tambahan bagi perusahaan. O'Neill et al. (1989) menunjukkan hubungan antara tingkat tanggungjawab sosial dari direktur terhadap keuntungan perusahaan.

Menurut Balabanis et al. (1998) suatu kombinasi dari kinerja CSR yang tinggi dan tingkat keterbukaan yang tinggi dapat menimbulkan dampak positif pada keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini menjelaskan bahwa apabila suatu perusahaan memperluas pengungkapan, hal ini akan menciptakan citra positif bagi perusahaan. Sehingga dengan adanya pengungkapan corporate social responsibility mampu memperkuat hubungan antara kinerja corporate social responsibility dengan kinerja keuangan perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang memberikan hasil bervariasi mengenai hubungan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan, maka peneliti ingin menguji pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel pemoderasi yang diharapkan dapat memperkuat hubungan kinerja corporate social responsibility dengan kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian ini didasarkan pada kerangka pemikiran Karaye et al. (2014). Karaye et al. (2014) memberikan sebuah framework hubungan corporate social responsibility dengan kinerja keuangan dan mengenalkan sebuah variabel pemoderasi yaitu pengungkapan corporate social responsibility. Karaye et al. (2014) dalam penelitiannya tersebut menggunakan metode literature reviewed, yaitu penelusuran tentang teori, temuan dan bahan penelitian lain yang diperoleh dari bahan acuan untuk dijadikan landasan penelitian untuk menyusun kerangka pemikiran yang jelas dari perumusan masalah yang ingin diteliti, yaitu berkaitan dengan corporate social responsibility..

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi berasal dari konsep legitimasi organisasi yang diungkapkan oleh Dowling & Pfeffer (1975) yang mengungkapkan bahwa legitimasi adalah sebuah kondisi atau status yang ada ketika sistem nilai entitas kongruen dengan sistem nilai masyarakat yang lebih luas di tempat entitas tersebut berada. Ketika terjadi suatu perbedaan, baik yang nyata atau berpotensi muncul di antara kedua sistem nilai tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi entitas.

Menurut Gray et al. (1996) dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat (Gray et al., 1996).

Dengan melakukan aktivitas sosial dan menggunakan laporan tahunan untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya terlegitimasi. Di Indonesia, perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dan atau berkaitan dengan sumber daya alam, melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu kewajiban yang diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) Pasal 74 (Nistantya, 2010). Selain itu, berdasarkan Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007 Pasal 15 dan

34 disebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, dan yang terakhir adalah pencabutan izin kegiatan (Nistantya, 2010). Dengan adanya penerapan Undang-Undang tersebut, maka perusahaan akan semakin legitimate dimata masyarakat.

Dengan adanya legitimate dari masyarakat, perusahaan mampu membangun reputasi dan meningkatkan loyalitas masyarakat. Sehingga tujuan perusahaan dalam mencapai keuntungan akan didukung oleh masyarakat sekitar aktivitas ekonomi perusahaan tersebut sehingga kinerja keuangan perusahaan pun akan meningkat (Wang & Qian, 2011).

2.2. *Corporate Social Responsibility*

Carroll (1979) mendefinisikan CSR sebagai melakukan kegiatan usaha dengan cara yang menguntungkan secara ekonomis, hukum kekal, etika dan mendukung secara sosial. Dahlsrud (2008) menjelaskan dan menyimpulkan bahwa CSR secara konsisten mengandung 5 dimensi, yaitu dimensi lingkungan, dimensi sosial, dimensi ekonomi, dimensi stakeholder, dan dimensi kesukarelaan.

Menurut Dahlsrud (2008) dimensi lingkungan merujuk pada lingkungan hidup dan mengandung kata-kata seperti “lingkungan yang lebih bersih”, “pengelolaan lingkungan”, “environmental stewardship”, dan “kepedulian lingkungan dalam pengelolaan operasi bisnis”. Dimensi sosial yaitu hubungan antara bisnis dan masyarakat dan tercermin melalui frase-frase seperti “berkontribusi terhadap masyarakat yang lebih baik”, “mengintegrasikan kepentingan sosial dalam operasi bisnis”, dan “memperhatikan dampak terhadap masyarakat”. Dimensi ekonomis menerangkan aspek sosio-ekonomis atau finansial bisnis yang diterangkan dengan kata-kata seperti “turut menyumbang pembangunan ekonomi”, “mempertahankan keuntungan”, dan “operasi bisnis”.

Dimensi Pemangku Kepentingan (Stakeholder) yang tentunya menjelaskan hubungan bisnis dengan pemangku kepentingannya dan dijelaskan dengan kata-kata seperti “interaksi dengan pemangku kepentingan perusahaan”, “hubungan perusahaan dengan karyawan, pemasok, konsumen dan komunitas”, dan “perlakukan terhadap pemangku kepentingan perusahaan”. Dimensi Kesukarelaan (voluntary) sehubungan dengan hal-hal yang tidak diatur oleh hukum atau peraturan yang tercermin melalui frase-frase seperti “berdasarkan nilai-nilai etika”, “melebihi kewajiban hukum (beyond regulations)”, dan “voluntary” (Dahlsrud, 2008).

Menurut Buhr (1998) aktivitas sosial perusahaan dapat dinilai melalui dua Pendekatan. Pendekatan pertama yaitu aktivitas atau kinerja perusahaan yang sesuai dengan nilai sosial (kinerja corporate social responsibility) dan pendekatan kedua yaitu pengungkapan apa yang telah dilakukan perusahaan yang sesuai dengan nilai sosial (pengungkapan corporate social responsibility).

2.3. *Kinerja Corporate Social Responsibility*

Keberhasilan aktivitas CSR dapat diukur melalui indikator yang disebut dengan corporate social performance. Corporate social performance merupakan hal yang cukup penting bagi citra (reputation) perusahaan, terutama untuk jangka panjang perusahaan yang dapat memberi kontribusi cukup berarti dalam pengembangan berkelanjutan bagi perusahaan. Dengan demikian corporate social performance dapat menjadi salah satu ukuran bagi citra atau reputasi perusahaan.

Kinder, Lydenberg, and Domini (1990) merumuskan sebuah index sebagai ukuran corporate social performance dalam website www.kld.com, yang kemudian dikenal dengan istilah KLD index.

Istilah KLD index diambil dari gabungan ketiga nama peneliti yaitu Kinder, Lydenberg, and Domini. KLD index ini menyediakan informasi penelitian sosial pada perusahaan-perusahaan AS bagi komunitas investasi. Database KLD terdiri dari lebih dari 1.000 perusahaan publik, yang masing-masing telah dibahas di berbagai dewan isu-isu sosial. KLD menyaring setiap perusahaan setiap tahunnya, dengan menggunakan berbagai sumber. Setiap perusahaan dinilai sebagai netral, concern or strength, or major concern or major strength dalam setiap delapan kategori. Tingkatan-tingkatan KLD dalam delapan kategori sosial yang relevan, dengan menggunakan kriteria umum berikut: community, diversity (formerly treatment of women and minorities), employee relations, environment, product, and negative screens (south africa, military, and nuclear power). Index ini berguna sebagai dasar bagi investor yang bertujuan untuk berinvestasi pada perusahaan dengan penilaian yang tinggi dan menghindari perusahaan yang tidak sesuai dengan kriteria tertentu (www.kld.com).

Menurut Fauzi (2004) untuk penelitian di Indonesia sendiri belum ada standar ukuran yang jelas dalam mengukur corporate social performance, sehingga proksi yang digunakan pun sangat bervariasi. Salah satu ukuran yang bisa digunakan untuk mengukur corporate social performance adalah biaya yang harus perusahaan keluarkan untuk melaksanakan aktivitas corporate social responsibility (Itkonen, 2003). Tax avoidance merupakan segala bentuk kegiatan yang memberikan efek terhadap kewajiban pajak, baik kegiatan diperbolehkan oleh pajak atau kegiatan khusus untuk mengurangi pajak. Biasanya tax avoidance dilakukan dengan memanfaatkan kelemahan-kelemahan hukum pajak yang terkesan tidak melanggar hukum perpajakan (Dyrenge, Hanlon, dan Maydew 2008). Wajib pajak selalu menginginkan pembayaran pajak yang kecil. Adanya keinginan wajib pajak untuk tidak mematuhi peraturan perpajakan, membuat adanya perlawanan pajak yang mereka berikan. Perlawanan terhadap pajak dapat dibedakan menjadi dua, yaitu perlawanan pasif dan perlawanan aktif.

2.4. Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Gray et al. (2001) menyatakan bahwa CSR disclosure merupakan suatu proses penyedia informasi yang dirancang untuk mengemukakan masalah seputar social accountability, yang mana secara khas tindakan ini dapat dipertanggungjawabkan dalam media-media seperti laporan tahunan maupun dalam bentuk iklan yang berorientasi sosial. Pengungkapan CSR merupakan pengungkapan suatu informasi mengenai aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan yang diharapkan dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan dan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Menurut Ghozali dan Chariri (2007) pengungkapan dapat diartikan sebagai pemberian informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap informasi tersebut. Tujuan pengungkapan dikategorikan menurut Securities Exchange Commission (SEC) menjadi dua, yaitu protective disclosure sebagai upaya perlindungan terhadap investor dan informative disclosure yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan.

Menurut Yuningsih (2001) pengungkapan berkaitan dengan akuntansi pertanggungjawaban sosial bertujuan untuk menyediakan informasi yang memungkinkan dilakukan evaluasi pengaruh perusahaan terhadap masyarakat. Pengaruh kegiatan ini bersifat negatif, yang menimbulkan biaya sosial pada masyarakat, atau positif yang berarti menimbulkan manfaat sosial bagi masyarakat.

Fitriyani (2012) menyatakan ada 2 jenis pengungkapan dalam pelaporan keuangan yang telah ditetapkan oleh badan yang memiliki otoritas di pasar modal. 2 jenis pengungkapan tersebut yaitu

pengungkapan wajib (mandatory disclosure), yaitu informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal di suatu negara dan pengungkapan sukarela (voluntary disclosure), yaitu pengungkapan yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh standar yang ada. Pengungkapan sosial yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang sifatnya sukarela. Pengungkapan sosial di Indonesia termasuk ke dalam kategori voluntary disclosure.

Selain perusahaan wajib melakukan kegiatan CSR, UU No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) tentang Perseroan Terbatas juga mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan. Namun demikian, item CSR yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang masih bersifat sukarela (voluntary).

Pratiwi dan Djahmuri (2004) mengartikan pengungkapan sosial sebagai suatu pelaporan atau penyampaian informasi kepada stakeholder mengenai segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya. Hasil penelitian di berbagai negara membuktikan, bahwa laporan tahunan (annual report) merupakan media yang tepat untuk menyampaikan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sejauh ini, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan hanya dapat diukur berdasarkan item pengungkapannya, seperti konsep pengungkapan tanggung jawab sosial yang digagas oleh GRI (Global Reporting Initiative) yang merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menurut GRI terdiri dari 79 item pengungkapan..

2.5. Kinerja Keuangan Perusahaan

Kinerja keuangan diartikan sebagai penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba atau dikenal juga dengan istilah profitabilitas. Menurut Brigham & Houston (2006), profitabilitas adalah hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan, dimana rasio ini digunakan sebagai alat pengukur atas kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian pengukuran profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan tingkat efektifitas manajemen secara menyeluruh dan secara tidak langsung para investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis ini. Selain itu keuntungan (profitabilitas) sangat penting bagi perusahaan bukan saja untuk terus mempertahankan pertumbuhan bisnisnya namun juga memperkuat kondisi keuangan perusahaan. Rasio yang biasa digunakan untuk mengukur dan membandingkan kinerja profitabilitas adalah gross profit margin, operating profit margin, net profit margin, Return on Equity dan Return on Assets (Syamsudin dalam Ahmar dan Kurniawan, 2007).

Gross profit margin merupakan rasio profitabilitas yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Gross profit margin merupakan prosentase dari laba kotor dibandingkan dengan sales. Operating profit margin adalah rasio yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebelum adanya pajak dan bunga dari penjualan yang dilakukan. Rasio ini menggambarkan apa yang biasanya disebut "pure profit" yang diterima atas setiap Rupiah dari penjualan yang dilakukan. Operating profit disebut murni (pure) dalam pengertian bahwa jumlah tersebut yang benar-benar diperoleh dari hasil operasional perusahaan dengan mengabaikan kewajiban-kewajiban finansial berupa bunga serta kewajiban terhadap pemerintah berupa pembayaran pajak. Net profit margin adalah rasio profitabilitas yang menghitung

sejauh mana perusahaan dalam menghasilkan laba setelah dipotong pajak dan bunga dari penjualan yang dilakukan. Semakin tinggi net profit margin, maka makin baik profitabilitas suatu perusahaan. Return on equity (ROE) menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk mendapatkan net income yang tersedia bagi pemegang saham. Semakin tinggi return adalah semakin baik karena berarti dividen yang dibagikan atau ditanamkan kembali sebagai retained earning juga akan makin besar. Return on assets (ROA) menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan income dari pengelolaan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Rasio ini menunjukkan seberapa besar efektivitas perusahaan dalam menggunakan asetnya. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin efektif penggunaan aktiva tersebut.

Pada penelitian ini kinerja keuangan perusahaan diukur dengan rasio return on assets (ROA) yang diambil dari data keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012 dan 2013. Rasio ini merupakan rasio yang terpenting untuk mengetahui kinerja keuangan (profitabilitas) suatu perusahaan. Dimana Return on asset (ROA) merupakan ukuran efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

2.6. Penelitian Terdahulu

Rajput et al. (2012), menggunakan sampel yaitu 500 perusahaan besar di India dan data rating CSR diambil dari Karamyog (www.karamyog.org) untuk tahun 2009 dan 2010, menunjukkan hasil bahwa ada hubungan yang signifikan antara CSR dengan kinerja keuangan perusahaan. Wang & Qian (2011), menganalisis data pada kegiatan filantropi (indikator CSR) dari perusahaan China 2001-2006, telah menunjukkan bahwa filantropi perusahaan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dengan memungkinkan perusahaan untuk memperoleh respon pemangku kepentingan yang lebih baik dan untuk mendapatkan sumber daya politik. Brammer et al. (2006) menemukan hubungan negatif antara CSP dan CFP menggunakan return saham. Mereka menggunakan sampel yaitu perusahaan Inggris dan menggunakan corporate reputation ratings dan market based measurement untuk pengukuran CSP dan CFP serta industri digunakan sebagai variabel kontrol. Karena perbedaan antara industri yang signifikan, industri adalah diidentifikasi sebagai variabel pengganggu.

Lech (2013) menunjukkan hasil bahwa Respect index sebagai indikator CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil yang sama juga diperoleh dari O'Neill et al. (1989) mengenai hubungan antara tanggungjawab sosial perusahaan dengan keuntungan (direktur perusahaan sebagai sampel). Penemuan Mereka tidak menunjukkan hubungan antara tingkat tanggungjawab sosial dari direktur terhadap keuntungan perusahaan

2.7. Pengembangan Hipotesis

Menurut Gray et al. (1996) teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan masyarakat bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Salah satu upaya perusahaan untuk memperoleh legitimate masyarakat yaitu dengan melakukan aktivitas corporate social responsibility. Dengan adanya legitimate dari masyarakat, berupa dukungan terhadap aktivitas ekonomi perusahaan, maka perusahaan akan mampu membangun reputasi dan meningkatkan loyalitas masyarakat. Sehingga tujuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan pun tercapai (Wang & Qian, 2011).

Dalam usaha untuk memahami hubungan antara CSR dan kinerja keuangan, ada beberapa studi empiris yang mengkhususkan pada pembahasan mengenai hubungan antara CSR dan kinerja keuangan. Studi-studi ini secara keseluruhan masih memasukkan hubungan positif antara Corporate Social Performance (CSP) dan kinerja. Beberapa pendapat menyatakan bahwa ada efek timbal balik dalam hubungan antara CSR dan kinerja, dimana perusahaan-perusahaan yang menghadirkan kinerja dengan baik biasanya mendukung CSP, dan perusahaan yang mengadopsi CSP biasanya menampilkan kinerja keuangan dengan baik (Berman et al., 1999).

Cochran dan Wood (1984) menemukan bahwa hubungan antara CSR dan kinerja keuangan adalah positif. Hasil penelitian lainnya yang dilakukan oleh Waddock et al. (1997) juga telah menunjukkan bahwa corporate social performance memiliki hubungan positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, menurut McGuire et al. (1998) aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan terbukti dapat meningkatkan reputasi, sehingga memperbaiki hubungan dengan pihak bank, investor, maupun lembaga pemerintahan, dan dari perbaikan hubungan tersebut tercermin pada keuntungan ekonomi perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kinerja corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan bank.

Menurut Ahmad dan Sulaiman (2004) teori legitimasi menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab perusahaan harus dilaksanakan sedemikian rupa agar aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Sehingga diharapkan hal ini mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Finch (2005), menyatakan bahwa motivasi perusahaan menggunakan sustainability reporting framework adalah untuk mengkomunikasikan kinerja manajemen dalam mencapai keuntungan jangka panjang perusahaan kepada para stakeholder, seperti perbaikan kinerja keuangan, kenaikan dalam competitive advantage, maksimisasi profit, serta kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang. Dengan kata lain, aktivitas corporate social responsibility membutuhkan pengungkapan sebagai media komunikasi perusahaan kepada stakeholder-nya sehingga mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Purnomo dan Widianingsih (2011) menunjukkan bahwa secara simultan pengungkapan kinerja lingkungan dan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan net profit margin.

Karaye et al. (2014) telah memberikan konseptual framework mengenai hubungan antara corporate social responsibility dengan kinerja keuangan dan Pengungkapan corporate social responsibility sebagai pemoderasi. Menurut Karaye et al. (2014) perusahaan mengungkapkan aktivitas CSR-nya karena perusahaan yang mengungkapkan aktivitas CSR akan mendapatkan reward lebih daripada perusahaan yang tidak mengungkapkan aktivitas CSR. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Pengaruh kinerja corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan bank semakin kuat ketika pengungkapan corporate social responsibility tinggi.

3. Metode Penelitian

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini, variabel dependennya adalah kinerja keuangan perusahaan, variabel independennya yaitu kinerja corporate social responsibility, sedangkan variabel moderasinya pengungkapan corporate social responsibility.

Pada penelitian ini kinerja keuangan perusahaan diukur dengan rasio return on assets (ROA) ROA merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aktiva yang dapat diukur menggunakan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak (EAT)}}{\text{Total aktiva}} \times 100\%$$

Kinerja *corporate social responsibility* di proksikan dengan biaya yang dikeluarkan bank untuk kegiatan sosial.

Pengungkapan CSR merupakan pengungkapan suatu informasi mengenai aktivitas sosial yang dilakukan bank. Informasi mengenai Corporate Social Disclosure Index (CSDI) berdasarkan Global Reporting Intiative (GRI) yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari website www.globalreporting.org. GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai sustainability reporting. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 79 item pengungkapan yang terdiri dari indikator ekonomi (9 item), lingkungan (30 item), tenaga kerja (14 item), hak asasi manusia (9 item), sosial (8 item), dan produk (9 item).

3.2. Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode pengamatan dari tahun 2012-2013. Perusahaan perbankan dipilih sebagai sampel karena setiap perusahaan perbankan tersebut telah melakukan tanggung jawab sosial perusahaan dan menyertakannya dalam laporan keuangan maupun laporan tahunan secara jelas dan terpisahkan dengan akun lain. Alasan selanjutnya yaitu bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan perbankan lebih jelas dibandingkan dengan perusahaan lainnya yang sama-sama terdaftar di BEI. Di setiap perusahaan go public, implementasi CSR kurang identik satu sama lain, sehingga menyulitkan dalam pengambilan variabel penelitian. Dalam perusahaan perbankan, bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dari bank satu dengan yang lain adalah sama, yaitu Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, sehingga akan memudahkan proses penelitian. Untuk kesejahteraan karyawan, di setiap perusahaan secara garis besar adalah sama sehingga akan memudahkan proses penelitian.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, yaitu sampel yang memiliki kriteria sebagai berikut:

- Perusahaan perbankan yang melaporkan laporan tahunan pada tahun 2012 dan 2013.
- Perusahaan perbankan yang menggunakan mata uang rupiah dalam pelaporannya.
- Perusahaan perbankan yang menyediakan semua data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Semua data yang dimaksud diantaranya yaitu laba bersih setelah pajak (EAT), total aktiva,

jumlah biaya bina lingkungan, jumlah biaya kemitraan, jumlah biaya kesejahteraan karyawan, serta pengungkapan corporate social responsibility.

3.3. Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah bentuk analisa yang menggunakan angka-angka dan dengan perhitungan statistik untuk menganalisis suatu hipotesis dan memerlukan beberapa alat analisis. Bila serangkaian observasi atau pengukuran data dalam angka-angka, maka pengumpulan angka-angka hasil observasi atau pengukuran sedemikian itu dinamakan data kuantitatif (Dajan, 1996).

Analisis kuantitatif dapat dipergunakan untuk membantu memecahkan masalah dengan alat bantu yang berhubungan dengan statistik dan matematika sehingga keputusan yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan (Supranto, 1998). Analisis data kuantitatif dengan cara mengumpulkan data yang sudah ada kemudian mengolahnya dan menyajikannya dalam bentuk tabel, grafik, dan dibuat analisis agar dapat ditarik kesimpulan sebagai dasar pengambilan keputusan. Teknik analisis statistika yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan regresi linier berganda. Dalam melakukan analisis regresi berganda, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik agar memenuhi sifat estimasi regresi bersifat BLUES (Best Linear Unbiased Estimator).

Analisis regresi berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh simultan dari beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Analisis regresi digunakan oleh peneliti apabila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik-turunnya) variabel dependen, dan apabila dua atau lebih variabel independen sebagai prediktor dimanipulasi atau dinaik turunkan nilainya (Sugiyono, 2007). Analisis regresi dapat memberikan jawaban mengenai besarnya pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependennya. Adapun model regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

Model 1

$$KK = a1 + b1KCSR + e1$$

Model 2

$$KK = a2 + b2KCSR + b3PCSR + b4 KCSR \times PCSR + e2$$

Model 3

$$KK = a3 + b5KCSR + b6PCSR + e3$$

Keterangan:

KK = Kinerja Keuangan

a1- a3 = Konstanta

b1- b6 = Koefisien regresi

KCSR = Kinerja Corporate Social Responsibility

PCSR = Pengungkapan Corporate Social Responsibility

e1- e3 = error

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode pengamatan dari tahun 2012-2013. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling.

Dengan kriteria yang telah ditetapkan diawal penelitian, jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 35 perusahaan perbankan yang memenuhi kriteria dengan jumlah observasi sebanyak 70 observasi.

Table 1. Perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian

No	Perusahaan Sampel Penelitian	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2012 – 2013	39
2	Perbankan yang tidak memenuhi kriteria pemilihan sampel	(4)
3	Jumlah Perbankan yang memenuhi kriteria dan dijadikan sampel penelitian	35

4.2. *ax Avoidance Sebelum Perubahan Tarif Pajak Badan*

Statistik deskriptif merupakan analisis data yang menggambarkan data atau variabel yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini, deskriptif statistik yang digunakan meliputi nilai rata-rata (mean), maksimum, minimum dan standar deviasi (Ghozali, 2013). Deskriptif statistik dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu kinerja keuangan (KK), kinerja corporate social responsibility (KCSR), dan pengungkapan corporate social responsibility (PCSR). Pada tabel 4.2 disajikan tabel statistik deskriptif

Table 2. Perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KK	-7.58	5.42	2.01	1.77
KCSR	-2.67	42.07	1.10	5.13
PCSR	0.253	0.8230	0.43	0.13

Berdasarkan Tabel 2 untuk variabel kinerja keuangan (KK) dapat dilihat nilai rata-rata menunjukkan angka 2,01 dengan standar deviasi sebesar 1,77. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa variabel kinerja keuangan (KK) yang digunakan dalam penelitian ini kurang bervariasi. Nilai rata-rata kinerja keuangan (KK) menunjukkan angka sebesar 2,01 ini mengindikasikan bahwa rata-rata kinerja keuangan perbankan dalam sampel bisa dikatakan baik karena rata-rata bank mengalami laba selama periode pengamatan. Nilai maksimum pada kinerja keuangan (KK) menunjukkan angka 5,42 dan nilai minimum yang menunjukkan angka -7,58. Nilai maksimum pada variabel kinerja keuangan (KK) menunjukkan terdapat bank yang mengalami untung (laba) yang besar. Sedangkan nilai minimum yang negatif yang ditunjukkan pada kinerja keuangan (KK) mengindikasikan bahwa terdapat bank yang mengalami kinerja keuangan (KK) yang buruk.

Variabel kinerja corporate social responsibility (KCSR) memiliki nilai rata-rata sebesar 1,0948196 dengan standar deviasi sebesar 5,13. Dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai standar deviasi lebih besar daripada nilai rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kinerja corporate social responsibility (KCSR) yang digunakan dalam penelitian ini sangat bervariasi. Variasi ini dibuktikan dari nilai maksimum dan minimum yang menunjukkan bahwa ada bank yang memiliki nilai maksimum sebesar 42,07 dan nilai minimum sebesar -2,67. Nilai maksimum menunjukkan terdapat bank yang mengalokasikan biaya CSR lebih besar dibandingkan labat-1 perusahaan tersebut untuk aktivitas sosial perusahaan di tahun. Sedangkan nilai minimum yang negatif menunjukkan terdapat bank yang tetap mengalokasikan biaya untuk aktivitas sosial perusahaan meskipun labat-1 perusahaan tersebut negatif. Artinya terdapat bank yang tetap melakukan aktivitas sosial pada tahun meskipun bank tersebut mengalami kerugian pada tahun t-1.

Nilai rata-rata dari variabel pengungkapan corporate social responsibility (PCSR) adalah sebesar 0,43 dengan standar deviasi sebesar 0,13. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengungkapan corporate social responsibility (PCSR) yang digunakan dalam penelitian ini kurang bervariasi. Nilai maksimum yang ditunjukkan variabel pengungkapan corporate social responsibility (PCSR) yaitu sebesar 0,82 menggambarkan bahwa terdapat bank yang telah melakukan pengungkapan corporate social responsibility (PCSR) dengan sangat baik karena nilai pengungkapan di atas nilai rata-rata. Sedangkan nilai minimum menunjukkan angka 0,25 yang berarti bahwa terdapat bank yang masih belum melakukan pengungkapan corporate social responsibility (PCSR) dengan baik karena nilai pengungkapan dibawah nilai rata-rata.

4.3. Hasil Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Dalam penelitian ini hipotesis 1 diuji dengan model regresi 1. Pada Tabel 3 dapat dilihat hasil uji t pada model 1 dimana variabel independen kinerja corporate social responsibility (KCSR2) memiliki nilai signifikan 0,020 dan nilai t -2,375. Hasil tersebut menunjukkan arah pengaruh variabel independen KCSR2 terhadap dependen kinerja keuangan (KK2) yang negatif (-) dan nilai signifikansi $\leq 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis 1 dalam penelitian ini yaitu "Kinerja corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan", ditolak.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya. Brammer et al. (2006) menemukan hubungan negatif antara CSP dan CFP menggunakan return saham. Selanjutnya hasil penelitian dari Ullman (1985) menyimpulkan bahwa ada hubungan negatif antara tanggung jawab sosial dengan kinerja keuangan. Ullman (1985) juga berpendapat bahwa tanggung jawab sosial yang tinggi akan menghasilkan biaya tambahan bagi perusahaan. Pengaruh negatif dalam penelitian ini dikarenakan adanya pandangan dari perusahaan bahwa dengan mengeluarkan biaya sosial akan menambah beban perusahaan karena perusahaan juga harus bertanggungjawab kepada para pemegang saham atas berkurangnya laba yang akan dibagikan karena digunakan untuk biaya sosial. Dengan demikian perusahaan harus bekerja lebih keras lagi untuk mendapatkan keuntungan efisiensi yang ditimbulkan oleh pengeluaran biaya tersebut (Januarti dan Apriyanti, 2005).

Pengaruh negatif dalam penelitian ini juga disebabkan karena faktor periode pengamatan yang hanya dua tahun yaitu tahun 2012 dan 2013. Legitimate dari masyarakat terhadap perusahaan tidak dapat dibangun dan diamati dalam waktu yang singkat. Biaya CSR yang perusahaan perbank keluarkan di tahun tertentu tidak dapat langsung memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangan perbank tersebut di tahun yang sama atau di tahun berikutnya. Hal ini karena proses membangun legitimasi, kepercayaan, loyalitas dan reputasi tidak dapat dilakukan dalam waktu yang

singkat. Selain itu banyak faktor lain diluar biaya CSR yang tidak dapat peneliti kontrol dalam penelitian ini yang bisa saja menyebabkan adanya hubungan negatif antara biaya CSR dengan kinerja keuangan.

Dalam penelitian ini hipotesis 2 diuji dengan model regresi 2 dan 3. Pada tabel 4.11 dapat dilihat hasil uji t regresi linier dari model 2 dan 3. Pada model 2 interaksi antara KCSR dan PCSR (ABSINTKCSR) menunjukkan nilai t yang negatif sebesar -0,831 dan tidak signifikan 0,409.

Berdasarkan pengujian model regresi 2 yang dapat dilihat pada tabel 4.11. Dimana pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel pemoderasi hubungan kinerja corporate social responsibility dengan kinerja keuangan tidak dapat dibuktikan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 dalam penelitian ini yaitu “Hubungan kinerja corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan semakin kuat ketika pengungkapan corporate social responsibility tinggi”, ditolak.

Penelitian ini tidak dapat memberikan hasil yang sejalan dengan kerangka pemikiran Karaye et al. (2014). Karaye et al. (2014) memberikan sebuah framework hubungan corporate social responsibility dengan kinerja keuangan dan mengenalkan sebuah variabel pemoderasi yaitu pengungkapan corporate social responsibility. Dimana corporate social responsibility memiliki hubungan positif dengan kinerja keuangan dan pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel pemoderasi hubungan tersebut (Karaye et al, 2014).

Sedangkan pada model 3 pengungkapan corporate social responsibility (PCSR2) sebagai variabel independen memiliki nilai signifikan sebesar 0,016 dan nilai t sebesar 2,485. Hasil tersebut menunjukkan arah pengaruh variabel independen PCSR2 terhadap dependen kinerja keuangan (KK2) yang positif (+) dan nilai signifikansi $\leq 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Hasil ini didukung oleh penelitian Purnomo dan Widianingsih (2011) yang menunjukkan bahwa secara simultan pengungkapan kinerja lingkungan dan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan net profit margin..

Table 3. Hasil Uji Beda Tahun 2007-2008 dengan Tahun 2009-2010

Model	Variabel	t	Sig.	Kriteria
Model 1	KCSR2	-2,375	0,020	Sig. $\leq 0,05$ dan pengaruh (-)
Model 2	Zscore(KCSR2)	-1,027	0,308	Sig. $\geq 0,05$ dan pengaruh (-)
	Zscore(PCSR2)	2,609	0,011	Sig. $\leq 0,05$ dan pengaruh (+)
	ABSINTKCSR	-0,831	0,409	Sig. $\geq 0,05$ dan pengaruh (-)
Model 3	KCSR2	-2,062	0,043	Sig. $\leq 0,05$ dan pengaruh (-)

5. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel pemoderasi hubungan antara kinerja corporate social responsibility dengan kinerja keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

- Kinerja corporate social responsibility berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan.
- Pengungkapan corporate social responsibility tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap hubungan antara kinerja corporate social responsibility dengan kinerja keuangan.

References

- Ahmad, N., Maliah, and D. Siswanto. 2003. "Corporate Social Responsibility Disclosure in Malaysia: An Analysis of Annual Reports of KLSE Listed Companies". *IJUM Journal of Economics and Management Malaysia* 11 (1). The International Islamic University.
- Ahmad, N.N.N., dan Sulaiman, M. 2004. "Environmental Disclosures in Malaysian Annual Reports: A Legitimacy Theory Perspective". *International Journal of Commerce and Management*, 14, 44.
- Ahmar dan Kurniawan, 2007. "Analisis Profitabilitas Sebelum dan Sesudah Pemenuhan Corporate Governance pada Perusahaan Manufaktur yang Go Public di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal MAKSI*. Vol 7 No 3, Agustus.
- Balabanis, G., Phillips, H. C., & Lyall, J. 1998. "Corporate Social Responsibility and Economic Performance in the Top British Companies: Are They Linked?". *European Business Review*, 98(1), p. 25-44.
- Baron, J. B., & Kenny, D. 1986. "The Moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations". *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Bassamalah, Anies S., dan Johnny Jermias. 2005. "Social and Environmental Reporting and Auditing in Indonesia: Maintaining Organizational Legitimacy?". *Gadjah Mada International Journal of Business*. Januari-April Vol. 7 No. 1. pp:109 – 127.
- Bayoud, N. S., Kavanagh, M., & Slaughter, G. 2012. "An Emirical Study of the Relationship between Corporate Social Responsibility Disclosure and Organizational Performance: Evidence from Libya". *International Journal of management and marketing Research*, 5(3).
- Berman S. L., Wicks A. C., Kotha S., & Jones T. M. 1999. "Does Stakeholder Orientation Matter? The Relationship Between Stakeholder Management Models and Firm Financial Performance". *Academy of Management Journal*, No. 5.
- Boaventura, J. M. G., Silva, R. S. da, & Bandeira-de-Mello, R. 2012. "Corporate Financial Performance and Corporate Social Performance: Methodological Development and the Theoretical Contribution of Empirical Studies". *Revista Contabilidade & Financas*, 23(60), 232-245.
- Brammer, S., C. Brooks and S. Pavelin. 2006. "Corporate Social Performance and Stock Returns UK Evidence from Disaggregate Measures". *Financial Management*, 35(3), 97-116.
- Brigham dan Houston. 2006. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Budiarsi, Sri Yunan. 2005. "Corporate Sustainability: Melalui Pendekatan Corporate Social Responsibility". *Media Ekonomi*, Tahun XV, No.2, 115-135.
- Budiarsi, Sri Yunan. 2008. "Sisi Lain Etika Bisnis Green Manajemen, Etis atau Startegis". *The 2nd National Conference UKWMS Surabaya*, 6 September 2008.
- Buhr, N. 1998. "Environmental Performance, Legislation and Annual Report Disclosure: The Case of Acid Rain and Falconbridge". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 11(2), 163-190.
- Carroll, A. B. 1979. "A three-dimensional conceptual model of corporate performance". *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Cochran, Philip dan Wood, Robert A. 1984. "Corporate Social Responsibility and Performance". *The Academy of Management Journal*. Vol. 27 No 1.
- Dahlsrud, Alexander. 2008. "How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definition". *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15, 1-13.
- Dajan, Anto. 1996. *Pengantar Metode Statistik Jilid II*. Cetakan kedepalan 18. Jakarta: PT. Pustaka P3ES.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. 1975. "Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior". *Pacific Sociological Review*, 18(1), 122-36.
- Dusuki, Asyraf Wajdi and Dar, Humayon. 2005. "Stakeholders' Perceptions of Corporate Social Responsibility of Islamic banks: Evidence From Malaysian Economy". A Paper Presented in Islamic Economics and Banking in The 21st century. 6 th International Conference on Islamic Economics and Finance. Jakarta Indonesia, November 21-24, 2005.
- Fauzi, Hasan. 2004. "Identifying and Analyzing The Level of Peractices of Company's Social Responsibility in Improving Financial Performances". *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 4(2), 150-170.
- Finch, Nigel. 2005. "The Motivations for Adopting Sustainability Disclosure. Macquarie Graduate School of Management". *Social Science Research Network*.
- Fitriyani. 2012. "Keterkaitan Kinerja Lingkungan, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), dan Kinerja Financial". http://eprints.undip.ac.id/35522/1/Skripsi_30.pdf
- Freeman, R. E. 1994. "The Politics of Stakeholder Theory: Some Future Directions". *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 409-421.
- Fuad, M., et al. 2000. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Garmedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam dan Chariri, Anis. 2007. *Teori Akuntansi, Edisi Ketiga*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gössling, T., & Vocht, C. 2007. "Social Role Conceptions and CSR Policy Success". *Journal of Business Ethics*, 47 (4), p. 363-372.

- Gray, R. H. 1996. "Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting". (R. H. Gray, D. Owen, & C. Adams, Eds.) (Illustrate., pp. 1–332). New York: Prentice Hall International.
- Gray, R., Javad, M., Power, D., & M. and Sinclair, C. 2001. "Social and Environmental Disclosure and Corporate Characteristics: A Research Note and Extension". *Journal of Business Finance & Accounting*, 28(3&4), 327-356.
- Haniffa dan Cooke. 2005. "The impact of culture and governance on corporate social reporting". *Journal of Accounting and Public Policy*, 24, 391- 430.
- Indriantoro, N. dan Supomo, B. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. BPFPE, Yogyakarta.
- Itkonen, L. 2003. "Corporate Social Responsibility and Financial Performance". Helsinki: Institute of Strategy and International Business.
- Jalal. 2007. "Isu Pemanasan Global dalam CSR, Transparency International Indonesia". www.google.com. Diakses tanggal 13 Oktober 2014.
- Januarti, Indira dan Apriyanti, Dini. 2005. "Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan". *Jurnal MAKSI*. Vol 5 No.2 Agustus: 227-243.
- Karaye, Y. I., Ishak, Z., & Che-Adam, N. 2014. "Corporate Social Disclosure Quantity and Quality as Moderators between Corporate Social Responsibility Performance and Corporate Financial Performance". *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(14).
- Lech, Aleksandra. 2013. "Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Theoretical and Empirical Aspects".
- Mas'ud, Machfoedz. 1995. "The Movement of Perception Concerning Earnings, Efficiency, and Corporate Social Responsibility to Compete in Global Market". *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*. No. 4.
- McGuire, J. B., Sundgren, A., & Schneeweis, T. 1988. "Corporate social responsibility and firm financial performance". *Academy of Management Journal*, 854-872.
- Nistantya, D. S. 2010. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan."
- O'Neill, H.M., Saunders, C.B., & A.D. McCarthy. 1989. "Board Members, Corporate Social Responsiveness and Profitability: Are Trade-offs Necessary?". *Journal of Business Ethics*, No 8 (5), p. 353-357.
- Parket, R. I., & Eilbirt, H. 1975. "Social Responsibility: The Underlying Factors. *siness Horizons*, (August)".
- Pratiwi, S.P., dan Ali Djahuri, 2004. "Faktor-faktor yang mempengaruhi praktik-praktik pengungkapan sosial: studi pada perusahaan-perusahaan high profile yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta". *TEMA* 5 (1) : 1-21.
- Purnomo, Karin Pek dan Luky Patricia Widianingsih. 2011. "The Influence of (CSR) as a moderating variabel: Evidence from Listed Companies in Indonesia". *Review of Integrated Business and Economics Research*. Vol.1(1).
- Rajput, N., Batra, G., & Pathak, R. 2012. "Linking CSR and Financial Performance: an Empirical Validation". *Problems and Perspectives in Management*, 10(2).
- Sayekti, Yosefa, dan Ludovicus Sensi Wondabio. 2007. "Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient". Makalah Disampaikan dalam Simposium Nasional Akuntansi ke-10. Makasar, 26-28 Juli.
- Sueb, Memed. 2001. "Pengaruh Biaya Sosial Terhadap Kinerja Sosial, Keuangan Perusahaan Terbuka di Indonesia". *Simposium Nasional Akuntansi IV*, Bandung.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. 1998. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. AMP YPKM: Yogyakarta.
- Ulmann, A. 1985. "Data in Search of a Theory: A Critical Examination of the Relationships among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of U.S. Firms". *The Academy of Management Review*, 10(3), 540-557.
- Waddock, S.A. & Graves, S. B. 1997. "The Corporate Social Performance Financial Performance Link". *Strategic Management Journal*, 18(4), 303-319.
- Wang H., Qian C. 2011. "Corporate Philanthropy and Corporate Financial Performance: The roles of Stakeholder Response and Political Access". *Academy of Management Journal*, No. 6
- Wijesinghe, K. N., & Senaratne, S. 2011. "Impact of Disclosure of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance in Bank, Finance and Insurance Sector in Sri Lanka". 1–18.
- Yuniasih, Ni Wayan, dan Made Gede Wirakusuma. 2007. "Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi". *Jurnal Akuntansi*. Universitas Udayana.
- Yuningsih. 2001. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Praktek Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Publik". FE UMM, Malang.
- Kepmen BUMN No. Kep-236/MBU/2004.
- UU No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- UU No 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
- www.kld.com
- www.idx.co.id