

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Gray et. Al, (Handriyani, 2013:3) berpendapat bahwa legitimasi merupakan “*a systems-oriented view of organization and society permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organizations, the state, individuals and group*”.

Definisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat.

Menurut Hermawan dan Maf'ulah (2014:3), Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat ditempat dia berada merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. Organisasi mungkin menghadapi ancaman terhadap legitimasinya. Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha memastikan bahwa aktifitas perusahaan diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang “sah”.

Teori legitimasi juga menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab perusahaan harus sedemikian rupa agar aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Guna melegitimasi aktivitas perusahaan di mata

masyarakat, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan (Febriani, 20).

Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan.

Menurut Handriyani (2013:3), pada dasarnya pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat sekitar. Legitimasi perusahaan dimata *stakeholder* dapat dilakukan dengan integritas pelaksanaan etika dalam berbisnis (*business ethics integrity*) serta meningkatkan tanggungjawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*).

2.2 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Agency Theory yang dikembangkan oleh Michael Johnson, seorang professor dari Harvard, memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai *agents* bagi para pemegang saham, akan bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri, bukan sebagai pihak yang arif dan bijaksana serta adil terhadap pemegang saham sebagaimana diasumsikan dalam *stewardship model* (Tjipto dan Juniarti, 2016:2).

Brigham & Houston (2004:26), menjelaskan hubungan keagenan (*agency relationship*) terjadi ketika satu atau lebih individu yang disebut sebagai *principal* membayar atau memanfaatkan individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

agen, untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada agen tersebut. Hubungan keagenan utama terjadi antara pemegang saham (*principal*) dengan manajer (*agent*).

Menurut Murwaningsih (2009:3), Teori keagenan mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemilik perusahaan sebagai *principal* diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan. Karena perbedaan kepentingan ini, masing-masing pihak berusaha memperbesar keuntungan bagi diri sendiri. *Agency theory* memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai agen bagi para pemegang saham, akan bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri (*self-interest*) bukan sebagai pihak yang arif dan bijaksana serta adil terhadap pemegang saham.

2.3 Teori Stakeholder (*Stakeholder theory*)

Stakeholder merupakan semua pihak yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan, seperti: karyawan, masyarakat, perusahaan pesaing dan pemerintah. Daud dan Abrar (2008), berpendapat bahwa kelompok tersebut menjadi pertimbangan paling penting untuk perusahaan mengungkapkan informasinya.

Menurut Ghozali dan Chariri (2007:409), teori *Stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut.

Menurut Anthony dan Nanik (2015:47), teori *stakeholder* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana manajemen memenuhi atau mengelola harapan para *stakeholder*. Hal ini menunjukkan perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdersnya*, dimana salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai strategi bisnisnya. Para *stakeholders* akan memberikan dukungan penuh kepada aktivitas perusahaan apabila pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dilakukan dengan baik yaitu melakukan pengungkapan informasi lingkungan dan sosial secara sukarela, senantiasa peduli terhadap lingkungan dengan mendasarkan kegiatan usaha pada prinsip *triple bottom lines* sehingga tujuan perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba dapat tercapai.

Keberadaan perusahaan itu tergantung oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder*-nya. Oleh sebab itu, dukungan dari *stakeholder* sangat mempengaruhi keberadaan suatu perusahaan. Keputusan manajemen harus memperhatikan *stakeholder*-nya untuk meningkatkan nilai perusahaan. *Stakeholder* juga mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, seperti halnya pemegang saham, *Stakeholder* merupakan semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi ataupun dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung (Handriyani, 2013:3).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kaitannya dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah segala informasi yang diberikan perusahaan mengenai kinerja perusahaan kepada *stakeholder* tidak hanya didasarkan pada kinerja keuangan saja. *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memberikan informasi tambahan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan yang nantinya juga berpengaruh dalam pengambilan keputusan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengharuskan perusahaan untuk bertanggung jawab kepada *stakeholder* dan melaporkan pertanggungjawaban yang telah dilakukan oleh perusahaan.

2.4 Teori Sinyal (*signal theory*)

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain (Gatot, dkk 2014:64).

Teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk mengungkapkan informasi kepada pihak eksternal karena terjadi asimetri informasi antara manajemen dengan pihak eksternal. Oleh sebab itu, semua informasi perusahaan, baik itu informasi keuangan maupun non keuangan harus diungkapkan oleh perusahaan. Salah satu informasi tersebut adalah tentang aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan, yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tujuan dari pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut adalah untuk memberikan sinyal kepada para investor bahwa perusahaan tidak hanya sekedar menyajikan informasi keuangan melainkan perusahaan juga tetap peduli pada lingkungan sekitar perusahaan. *Signaling theory* menekankan bahwa perusahaan pelapor dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya. Sinyal tersebut diharapkan mampu diterima secara positif oleh pasar sehingga nantinya akan mempengaruhi kinerja perusahaan dan implementasinya terhadap nilai perusahaan.

2.5 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Perusahaan memiliki kewajiban sosial atas apa yang terjadi disekitar lingkungan masyarakat. Selain menggunakan dana dari pemegang saham, perusahaan juga menggunakan dana dari sumber daya lain yang berasal dari masyarakat (konsumen) sehingga hal yang wajar jika masyarakat mempunyai harapan tertentu terhadap perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu suatu bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan ekonomi perusahaan sekaligus peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya dan juga kualitas hidup masyarakat sekitar.

Tanggung jawab sosial perusahaan memberikan keuntungan bersama bagi semua pihak, baik perusahaan sendiri, karyawan, masyarakat, pemerintah maupun lingkungan. Ada empat manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap perusahaan :

1. *Brand Differentiation*.

Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, *Corporate Social Responsibility* (CSR) bisa memberikan citra perusahaan yang khas, baik

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan etis dimata publik yang pada gilirannya menciptakan *customer loyalty*.

2. *Human Resources.*

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama memiliki kualifikasi tinggi. Saat interview calon karyawan yang memiliki pendidikan dan pengalaman tinggi sering bertanya tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan etika bisnis perusahaan, sebelum mereka memutuskan menerima tawaran. Bagi staf lama, *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dapat meningkatkan persepsi, reputasi dan dedikasi dalam bekerja.

3. *License to Operate.*

Perusahaan yang menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat mendorong pemerintah dan publik memberi “ijin” atau “restu” bisnis. Karena dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan mayarakat luas.

4. *Risk Management.*

Manajemen resiko merupakan isu sentral bagi setiap perusahaan. Reputasi perusahaan yang dibangun bertahun-tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan karyawan atau kerusakan lingkungan. Membangun budaya “*doing the right thing*” berguna bagi perusahaan dalam mengelola resiko-resiko bisnis.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953. Awalnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilandasi oleh kegiatan yang bersifat ‘filantropi’ yakni

© Hak Cipta © Sistemika UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dorongan kemanusiaan yang bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan perataan sosial. Saat ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dijadikan sebagai salah satu strategi oleh perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan, yang akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Perubahan orientasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini telah banyak memunculkan konsep baru yang sekarang dikenal dengan *corporate citizenship* (Gantino, 2016:21).

Adapun konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) memuat komponen-komponen sebagai berikut:

1. *Economic Responsibilities*

Tanggung jawab sosial perusahaan yang utama adalah tanggung jawab ekonomi karena lembaga bisnis terdiri dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.

2. *Legal Responsibilities*

Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan mentaati hukum dan peraturan yang berlaku yang pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif

3. *Ethical Responsibilities*

Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis yaitu menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun kelembagaan untuk menilai suatu isu di mana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. *Discretionary Responsibilities*

Mayarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka.

2.6 *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005), juga dijelaskan sebagai proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Tujuan pengungkapan tanggungjawab sosial adalah sebagai bentuk kepedulian perusahaan baik kepada *shareholder* maupun kepada *stakeholder*. Tingkat pengungkapan informasi tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) pada perusahaan-perusahaan yang diteliti dinilai melalui luas pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Untuk mengukur *Corporate Social Responsibility Disclosure* digunakan indeks pengungkapan sosial atau *CSR index* yang merupakan luas pengungkapan relative setiap perusahaan sampel atas pengungkapan sosial yang dilakukannya.

Terdapat 2 indikator yang dipakai perusahaan dalam melaporkan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Pertama yaitu indikator yang diterapkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI menyatakan pengungkapannya dalam 79 item pengungkapan yang terdiri dari indikator ekonomi (9 item), lingkungan (30 item), dan sosial yang mencakup tenaga kerja (14 item) hak asasi manusia (9 item) sosial (8 item) dan produk (9 item). Kedua yaitu indikator yang terdiri dari 78 item pengungkapan yang sesuai untuk diterapkan di Indonesia.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hal ini disesuaikan dengan peraturan BAPEPAM no.VIII G.2, berdasarkan tentang laporan tahunan dan kesesuaian item untuk diaplikasikan di Indonesia. Dimana dalam pengungkapannya terdiri dari indikator lingkungan (13 item), Energi (7 item), kesehatan dan keselamatan kerja (8 item),lain-lain tenaga kerja (29 item), Produk (10 item), keterlibatan masyarakat (9 item) dan umum (2 item).

Dengan laporan pertanggungjawaban sosial, masyarakat akan mengetahui aktivitas-aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan. Hal ini penting mengingat masyarakat merupakan salah satu pihak yang merasakan dampak dari aktivitas perusahaan, terutama dampak negative yang mungkin timbul akibat aktivitas perusahaan. Dengan melakukan praktik dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan akan mendapatkan manfaat antara lain, peningkatan penjualan, menurunkan biaya operasi, serta meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor dan analisis keuangan.

Menurut Murtanto (2006) dalam Media Akuntansi, pengungkapan kinerja perusahaan sering kali dilakukan secara sukarela (*voluntary disclosure*) oleh perusahaan. Adapun alasan-alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela yaitu :

1. *Internal Decision Making*

Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan.

Walaupun sulit diidentifikasi dan diukur, namun analisis secara sederhana lebih baik daripada tidak sama sekali

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. *Product Differentiation*

Manajer perusahaan memiliki intensif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat. Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya dan manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan yang tidak peduli sosial akan terlihat lebih sukses daripada perusahaan yang peduli. Hal ini mendorong perusahaan yang peduli sosial untuk mengungkapkan informasi tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan mereka dari perusahaan lain

3. *Enlightened Self Interest*

Perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para stakeholder karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Pertanggungjawaban sosial berhubungan juga dengan *social contract theory*. Menurut teori tersebut, diantara bisnis perusahaan dan masyarakat terdapat suatu kontrak sosial yang secara implisit maupun eksplisit. Dimana dalam kontrak sosial, akuntansi sosial digunakan sebagai serangkaian teknik pengumpulan dan pengungkapan data sehingga memungkinkan masyarakat untuk mengevaluasi kinerja sosial organisasi dalam memberi penilaian mengenai kelayakan operasi organisasi. Disamping itu pertanggung jawaban perusahaan diperlukan untuk menilai apakah kegiatan perusahaan telah memenuhi ketentuan, standar dan peraturan yang berlaku, misalnya mengenai polusi, kesehatan dan keselamatan, bahaya penggunaan bahan-bahan yang beracun.



- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di Indonesia praktik pengungkapan tanggung jawab sosial diatur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Paragraf 9 yang menyatakan bahwa :

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

Pengungkapan tanggungjawab sosial ini juga terdapat dalam keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam) No. KEP-38/PM/1996 peraturan No. VIII.G.2 tentang Laporan Tahunan. Peraturan ini berisi mengenai kebebasan bagi perusahaan untuk memberikan penjelasan umum mengenai perusahaan, selama hal tersebut tidak menyesatkan dan bertentangan dengan informasi yang disajikan dalam bagian lainya. Penjelasan umum tersebut dapat berisi uraian mengenai keterlibatan perusahaan dalam kegiatan pelayanan masyarakat, program kemasyarakatan, amal, atau bakti sosial lainnya serta uraian mengenai program perusahaan dalam rangka pengembangan SDM.

Kegiatan tanggung jawab sosial yang dulunya bersifat sukarela yaitu tanpa paksaan. Berubah menjadi wajib (mandatory) bagi perusahaan yang memiliki kriteria seperti disebutkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan Terbatas pasal 74 menyatakan bahwa, “Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan



sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. Jika perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tanggung jawab sosial akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan undang-undang”.

Penelitian ini menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai pedoman pengungkapan CSR menggunakan versi GRI Index 3.1 yang telah dilakukan oleh penelitian-penelitian sebelumnya (Evelyn dan Juniarti, 2015; Anggara, 2015). Pengukuran ini dipilih karena konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report*, dalam *sustainability report* digunakan metode *triple bottom line* yang tidak hanya melaporkan dari perspektif ekonomi saja, melainkan dari perspektif ekonomi, sosial, dan lingkungan. Indeks pengungkapan CSR berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*), yaitu sebagai berikut :

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

Dalam menentukan indeks pengungkapan digunakan teknik tabulasi untuk setiap perusahaan berdasarkan daftar atau checklist pengungkapan lingkungan . Penilaian yang dilakukan dalam mengukur luas pengungkapan CSR

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan pemberian skor 0 dan 1. Dimana nilai 0 untuk *item* yang tidak diungkapkan dan nilai 1 untuk *item* yang diungkapkan oleh perusahaan. Apabila perusahaan mengungkapkan aktivitas CSR secara penuh maka nilai maksimal yang dicapai yakni 79. Berikut rumus perhitungan CSRI :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI_j = *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks Perusahaan*

X_{ij} = **0** : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan ;

1 : Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan

n_j = Jumlah *item* untuk perusahaan j, n_j = 79 (Skor maksimal)

Dengan demikian, $0 < CSRI_j \leq 1$

2.7 Kinerja Keuangan Perusahaan

Kinerja Keuangan merupakan pengakuan pendapatan dan pengaitan biaya menghasilkan angka laba yang lebih unggul di bandingkan arus kas untuk mengevaluasi kinerja keuangan . Pengakuan pendapatan memastikan bahwa semua pendapatan yang di hasilkan dalam suatu periode telah di akui . Pengaitan memastikan bahwa beban yang dicatat pada suatu periode hanya beban yang terkait dengan periode tersebut (Subramayam dan Wild, 2010).

Menurut Gantino (2016:23), Pada dasarnya, kinerja keuangan perusahaan menggambarkan baik atau buruknya kondisi keuangan perusahaan dan mencerminkan pencapaian prestasi perusahaan dalam menghasilkan laba pada

suatu periode tertentu yang diukur dengan menggunakan alat pengukur kinerja keuangan. Kinerja keuangan perusahaan juga digunakan sebagai media pengukuran subjektif yang menggambarkan efektifitas penggunaan aset oleh sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnis utama dan meningkatkan pendapatannya.

Kinerja keuangan merupakan bagian penting dari perusahaan karena merupakan dasar dalam pengambilan keputusan bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan pengukuran terhadap kinerja keuangannya. Menurut Ratih dan Setyarini (2014), Kinerja perusahaan adalah istilah untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Rasio pengukur kinerja keuangan perusahaan sebenarnya sangat banyak, dalam penelitian ini peneliti mengambil salah satu rasio profitabilitas sebagai proksi kinerja keuangan perusahaan, yaitu ROA (*Return on Assets*).

2.7.1 Return On Asset (ROA)

Menurut Brigham and Houston (2009:109), *Return on Asset* (ROA) adalah salah satu bentuk rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. *Return on Asset* diperoleh dengan cara membandingkan *net income* terhadap total asset.

Secara matematis ROA dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.8 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar. Karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Menurut Tjipto dan Juniarti (2016:27), Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Suatu perusahaan dapat dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari tingginya harga saham perusahaan, jika nilai sahamnya tinggi dapat dikatakan nilai perusahaan juga baik (Handriyani, 2013:5).

Setiap perusahaan yang didirikan menginginkan harga saham yang dijual memiliki potensi harga tinggi sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Karena tujuan perusahaan dalam jangka panjang adalah mengoptimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya.

Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagi investor untuk menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris.

Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dimasa lampau dan prospeknya

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimasa depan. Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan, salah satunya Tobin's Q. Rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh asset perusahaan. Jadi semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar asset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku asset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus *Tobin's Q*, dengan rumus sebagai berikut :

$$Q = \frac{EMV + D}{EBV + D}$$

(Dewa, dkk, 2014:36)

Keterangan:

Q = Nilai perusahaan

EMV = Nilai Pasar Ekuitas (*Equity Market Value*), diperoleh dengan harga saham penutupan dikalikan dengan jumlah saham yang beredar.

D = hutang (*debt*)

EBV = Nilai buku dari ekuitas (*Equity Book Value*), yang diperoleh dari selisih total asset perusahaan dengan total kewajiban.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.9 Penelitian Terdahulu

Dalam bagian ini akan dijelaskan mengenai penelitian-penelitian terdahulu mengenai *Corporate Social Responsibility*, *Kinerja Keuangan* dan *Nilai Perusahaan* diantaranya akan di jelaskan melalui tabel penelitian dibawah ini:

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Author/ Tahun	Variabel Penelitian	Publikasi	Alat Analisis	Hasil
1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Kinerja Perusahaan	Retno Kusuma Dewi ₁ Bambang Widagdo ₂ 2012	Variabel Independen: CSR Variabel Intervening: GCG Variabel Dependen: Kinerja Perusahaan	Jurnal Manajemen Bisnis • Volume 2 No. 01 • Edisi April 2012	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	Hasil dari analisis jalur akan menunjukkan pengaruh langsung CSR terhadap kinerja perusahaan dan pengaruh tidak langsung CSR terhadap Kinerja Perusahaan melalui GCG sebagai variabel intervening
2	Hubungan <i>Corporate Governance</i> , <i>Corporate Social Responsibilities</i> dan <i>Corporate Financial Performance</i> Dalam Satu Continuum	Etty Murwaning sari 2009	Variabel Independen: GCG Variabel Intervening: CSR Variabel Dependent: Tobin's Q	<i>JURNAL AKUNTAN SI DAN KEUANGA N, VOL. 11, NO. 1, MEI 2009: 30-41</i>	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	Melalui pendekatan analisa jalur (<i>path analysis</i>) menunjukkan <i>Good Corporate Governance</i> mempunyai pengaruh terhadap Tobin's Q, <i>Good Corporate Governance</i> mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Pengujian variabel control, yaitu <i>CEO Tenure</i> mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Sedangkan jenis Industri tidak mempunyai pengaruh terhadap CSR. Untuk <i>Corporate Secretary</i> dan Komite Nominasi dan Remunerasi juga tidak mempunyai pengaruh terhadap Tobin's q.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



No.	Judul	Author/ Tahun	Variabel Penelitian	Publikasi	Alat Analisis	Hasil
3	Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan <i>Food Dan Beverage</i> Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia)	Fitria Megasari, 2015	Variabel Independent: Curret Ratio (CR), Return on Asset (ROA), CSR Variabel Dependent: Nilai Perusahaan	Jurnal Manajemen Bisnis • Volume 2 No. 01 • Edisi April 2015	<i>Analisis Regresi Berganda</i>	Secara parsial variabel <i>Current Ratio</i> (CR) berpengaruh negatif terhadap variabel nilai perusahaan, <i>Return on Assets</i> (ROA) berpengaruh positif terhadap variabel nilai perusahaan, dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif terhadap variabel nilai perusahaan. Secara simultan terdapat pengaruh <i>Current Ratio</i> (CR), <i>Return on Assets</i> (ROA), dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap nilai perusahaan.
4	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Pt. Telkom Tbk.)	Wina Febriani, 2015	Variabel Independent: CSR Variabel Intervening: Nilai Perusahaan (PBV) Variabel Dependent: Gross Profit Margin, Net Profit Margin, Basic Earning Power, ROA dan ROE	Jurnal Dinamika Akuntansi Vol. 9 No. 2. (2015)	<i>Regression analysis and path analysis</i>	<i>Corporate social responsibility</i> (CSR) berpengaruh negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan PT Telkom Tbk, hal itu berdasarkan besarnya nilai CSR yang dikeluarkan perusahaan dan nilai PBV pada periode tahun 2006-2012. <i>Corporate social responsibility</i> (CSR) dan nilai perusahaan secara parsial dan simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan PT. Telkom Tbk.
5	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor <i>Property And Real Estate</i>	Elsa Paulina Tjipto dan Juniarti, 2016	Variabel Independent: Corporate Social Responsibility Variabel Kontrol: Ukuran Perusahaan, Market Share,	Business Accounting Review, Vol. 4, No. 1, Januari 2016 (24-36)	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, market share dan debt to equity.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

3. Pengutipan tidak mengabaikan kepentingan pendidikan, penelitian, dan penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

No.	Judul	Author/ Tahun	Variabel Penelitian	Publikasi	Alat Analisis	Hasil
5			<i>Debt Equity Ratio (DER)</i> Variabel Dependent: Nilai Perusahaan			ratio tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
6	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Luas Pengungkapan Csr sebagai Variabel Moderasi	Gatot Putra Dewa ₁ Fachrurrozi e ₂ Nanik Sri Utaminingsih ₃ 2014	Variabel Independen: Profitabilitas Variabel Moderasi: Luas Pengungkapan CSR Variabel Dependent : Nilai Perusahaan	Gatot Putra Dewa / Accounting Analysis Journal 3 (1) (2014)	<i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	Hasil yang diperoleh adalah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan luas pengungkapan CSR bukan merupakan variabel moderasi dalam pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
7	Pengaruh CSR terhadap Kinerja Keuangan pada Sektor Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011	Marissa Yaparto ₁ Dianne Frisko K, SE. M.Ak ₂ Rizky Eriandani, SE. M.Ak ₃ 2013	Variabel Independen: CSR Variabel Dependent: Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), Earning Per Share (EPS)	<i>Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.2 No. 1 (2013)</i>	Analisis Regresi Berganda dengan penggabungan atau pooling data	Hasil menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Asset (ROA)</i> dan <i>Return On Equity (ROE)</i> , serta <i>Earning Per share (EPS)</i>
8	Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi	Sigit Hermawan ₁ Afiyah Nurul Maf'ulah ₂ 2014	Variabel Independen: Kinerja Keuangan (ROA) Variabel Moderating: Nilai Perusahaan Variabel Dependen: CSR	Jurnal Dinamika Akuntansi Vol. 6 No. 2. (2014) 103-118	Analisis Regresi Berganda	Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial variabel kinerja keuangan (<i>return on asset</i>) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya secara parsial variabel csr mampu memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan
9	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur	Rilla Gantino 2016	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: ROA, ROE, PBV	<i>Rilla Gantino/ Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis Vol. 3(2), 2016, pp</i>	Regresi linear sederhana	Hasil menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>return on equity (ROE)</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i>



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No.	Judul	Author/ Tahun	Variabel Penelitian	Publikasi	Alat Analisis	Hasil
	yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014			19-32		berpengaruh positif signifikan terhadap <i>return on asset</i> (ROA). dan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>price book value</i> (PBV).
10.	Pengaruh Good Corporate Governance (Gcg) Dan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variable Intervening Pada Perusahaan Pertambangan Yang Go Public Di Bei	Suklimah Ratih ¹ Yulia Setyarini ² , 2014	Variabel Independent: GCG dan CSR Variabel Intervening: Kinerja Keuangan (ROA) Variabel Dependent: Nilai Perusahaan	Business Accounting Review, Vol. 2, No. 1, Januari 2014	Model Analisis Jalur dengan menggunakan program <i>software SPSS for windows release 15.0</i>	1. Unsur KPI yang terbukti berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan (ROA) sedangkan 2. Unsur IDK tidak terbukti berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan (ROA). CSR tidak terbukti berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan (ROA) 3. ROA tidak terbukti berpengaruh terhadap Tobin's Q. 4. Melalui variabel <i>intervening</i> diperoleh hasil tidak satupun model pengaruh tidak langsung dari GCG dan CSR terhadap Nilai Perusahaan yang terbukti kebenarannya.

Sumber : Data Olahan 2016

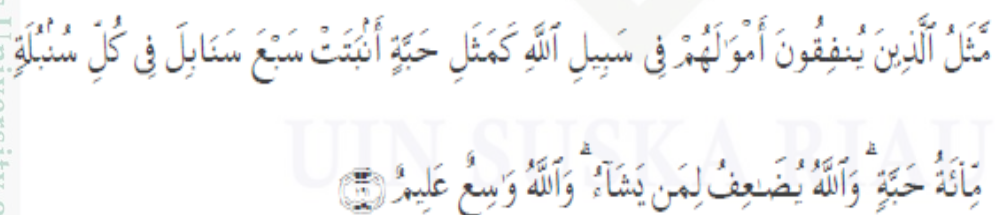
Penelitian ini dilaksanakan berdasarkan pada fenomena yang terjadi dan peneliti-penelitian sebelumnya. Yang membedakan penelitian ini dari penelitian terdahulu yaitu :

1. Penelitian ini menggunakan Perusahaan Industri Dasar dan Kimia karena penelitian sebelumnya tentang perusahaan yang terkait sangat kurang dan hanya mencakup sub sektor tertentu dan tidak secara menyeluruh.

2. Karena Perusahaan Industri Dasar dan Kimia merupakan salah satu perusahaan yang bersinggungan dengan lingkungan-sosial.
3. Penelitian ini menggunakan periode pengamatan selama 4 tahun yaitu 2012-2015.
4. Penelitian ini menggunakan alat uji analisis jalur (*path analysis*) dengan *software* LISREL 8.80.

2.10 Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Pandangan Islam

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang di implementasikan ternyata di dukung dan selaras dengan nilai - nilai Islam. Islam mengajarkan untuk selalu memiliki tanggung jawab yang tinggi dalam semua tindakannya dalam upaya memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan Secara normatif, *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah diregulasi dalam berbagai peraturan sebagai sebuah kewajiban bagi korporat untuk peduli terhadap perbaikan sosial dan lingkungan. Disisi lain, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perspektif Islam merupakan salah satu konsep kedermawanan yang sangat dianjurkan, yaitu sesuai firman Allah SWT dalam al-Qur'an Surat al- Baqarah ayat 261:



“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat

gandakan (ganjaran) bagi siapa yang dia kehendaki. dan Allah Maha luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui”

Korporat yang menafkahkan hartanya di jalan Allah dapat diaplikasikan untuk berbagai program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang lebih luas antara lain kepentingan peningkatan kualitas sosial dalam berbagai bidang misalnya ekonomi, pendidikan, kesehatan serta pembangunan (*community development*) dan pelestarian lingkungan.

Nilai - nilai Islam juga selalu menghimbau untuk selalu berbuat kebaikan (*ihsan*) yang dapat memberikan manfaat kepada yang lain. Aktivitas usaha dalam Islam, diarahkan kepada kebaikan pelaku usaha, lingkungan alam dan kesejahteraan sosial secara umum, yang selalu berprinsip pada etika dan spiritual.

Seperti firman Allah SWT dalam Al- Quran surat Al-Qashash ayat 77:

وَأَتَّبِعْ فِي مِمَّا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِن ۗ
 كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَتَّبِعِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.

Jadi, landasan normatif *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang mencakup adanya keharusan (kewajiban) dalam peraturan perundang – undangan dan sekaligus konsep kedermawanan dalam perspektif Islam bagaikan dua sisi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

mata uang yang tidak dapat dipisahkan untuk setiap para pelaku bisnis. *Corporate Social Responsibility* (CSR) harus dapat diimplementasikan sesuai regulasi yang berlaku sekaligus didasari iktikad baik perusahaan sesuai konsep Islam.

Perbuatan tanggung jawab begitu mendasar dalam ajaran ajaran Islam. Manusia memang memiliki kebebasan dalam berbuat tetapi, juga memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan alam, sosial dan kepada Allah SWT. Jadi, manusia adalah makhluk yang harus memiliki sifat tanggung jawab karena ia memiliki kemampuan untuk memilih secara sadar dalam meraih yang dikehendaki.

2.11 Hipotesis Penelitian

2.11.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (*Return On Asset*)

Kinerja perusahaan sendiri dapat dilihat dari beberapa aspek salah satunya adalah tingkat profitabilitas sebagai ukuran kinerja keuangan suatu perusahaan. Saat ini para investor mulai melirik perusahaan-perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial serta memiliki laporan keuangan yang baik.

Hasil penelitian Gantino (2016:30), menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap *return on asset* (ROA). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana dengan melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan, sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Melalui teori legitimasi, perusahaan yang melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih berperan dalam meningkatkan legitimasi yang akan berpengaruh kepada sikap konsumen terhadap produk perusahaan. Hal ini akan memicu keuangan perusahaan menjadi lebih baik sehingga laba perusahaan meningkat dan akan diikuti oleh kenaikan ROA perusahaan di tahun berikutnya. Namun berbeda dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Marissa Yaparto, dkk (2013:15), menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA)

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan berkaitan erat dengan profitabilitas perusahaan (*Return On Asset*). Hal ini dapat dilihat pada perusahaan-perusahaan yang menjalankan dan mengungkapkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan-perusahaan yang dapat menjalankan dan mengungkapkan aktivitas CSR dengan baik dapat meningkatkan reputasi serta dapat mengurangi biaya atas kemungkinan tuntutan atau protes yang akan terjadi, sehingga profitabilitas perusahaan dapat meningkat.

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah diyakini mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang dilakukan pihak manajemen untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan, maka hipotesis yang dapat dikemukakan adalah:

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Asset*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2.11.2 Pengaruh Kinerja Keuangan Perusahaan (*Return On Asset*) terhadap Nilai Perusahaan (*Tobin's Q*)

Menurut Zuredah (2010) pengukuran kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang sangat penting perusahaan, karena pengukuran tersebut digunakan sebagai dasar untuk menyusun sistem imbalan dalam perusahaan, yang dapat mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan dalam perusahaan dan memberikan informasi yang berguna dalam membuat keputusan yang penting mengenai aset yang digunakan untuk membuat keputusan yang menyalurkan kepentingan perusahaan.

Pada dasarnya, kinerja keuangan perusahaan menggambarkan baik atau buruknya kondisi keuangan perusahaan dan mencerminkan pencapaian prestasi perusahaan dalam menghasilkan laba pada suatu periode tertentu yang diukur dengan menggunakan alat pengukur kinerja keuangan. Kinerja keuangan perusahaan juga digunakan sebagai media pengukuran subjektif yang menggambarkan efektifitas penggunaan aset oleh sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnis utama dan meningkatkan pendapatannya

Hasil penelitian Dewa, dkk (2014/0, bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q dan penelitian Wahyu dan Wardoyo (2014), bahwa *Return on Asset* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, dan hasil penelitian Anthony dan Nanik (2015), bahwa *retun on Asset* mempunyai pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang diukur dengan *Tobin's Q*.

Semakin tinggi kinerja keuangan yang biasanya diprosikan dengan rasio keuangan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Melalui *Return on Asset* dapat dilihat seberapa berhasilnya manajemen perusahaan mengelola aset dan

modal yang dimilikinya untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Penilaian prestasi suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan itu menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Maka dapat dirumuskan dalam hipotesis sebagai berikut:

H2 : Kinerja Keuangan Perusahaan (Return on Asset) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q)

2.11.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (*Tobin's Q*) melalui Kinerja Keuangan

Pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hal tersebut dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah lingkungan. *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat *Return On Asset* perusahaan meningkat.

Hasil penelitian Tjipto dan Juniarti (2016) bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan hasil penelitian Handriyani (2013:13), bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

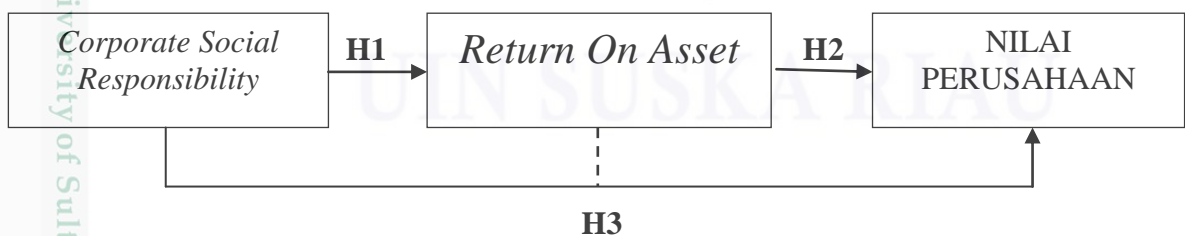
Penelitian yang menguji hubungan antara beberapa ukuran kinerja sosial perusahaan dan ukuran-ukuran kinerja keuangan jangka panjang dengan menggunakan ukuran-ukuran akuntansi atau keuangan pada profitabilitas. Rasio profitabilitas yang sering digunakan untuk melihat hubungan antara CSR dan kinerja keuangan adalah *return on asset*. Apabila pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan memberikan pengaruh terhadap *return on asset*, sehingga akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Maka dapat dirumuskan dalam hipotesis sebagai berikut :

H3 : *Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaannya melalui Kinerja Keuangan Perusahaan.*

2.12 Model Penelitian

Dalam kerangka penelitian ini akan dibahas mengenai hubungan antarvariabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Pembahasan hubungan antar variabel juga akan divisualisasikan ke dalam gambar sebagai berikut.

Gambar ini menjelaskan hubungan antara variabel eksogen (independent), variabel intervening, dan variabel endogen (dependent).



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Retno dan Bambang, 2012