

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN KINERJA PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR KRITERIA SYARIAH**

Setiawan¹, Muhamad Umar Mai², Nadya Raina Galuh³

¹Politeknik Negeri Bandung, Bandung, Indonesia, setiawan@polban.ac.id

²Politeknik Negeri Bandung, Bandung, Indonesia, umar.mai@polban.ac.id

³Politeknik Negeri Bandung, Bandung, Indonesia, nadya.raina.ksy15@polban.ac.id

Abstract

The purpose of this study is to investigate how the influence of corporate social responsibility towards the corporate performance in general, and the influence of each subject of the corporate social responsibility. In this research corporate performance measured by Return on Equity. The samples used in this study are all manufacturing companies enrolled in Indeks Saham Syariah Indonesia listing and published the annual report in 2017. The analysis method used is path analysis. The results of this study indicate that CSR as in general has a significant effect on the performance of the company with a positive traits. CSR in the economic subject has no significant effect on company performance. CSR in the Environment has a significant effect on the performance of companies with positive traits. CSR in the Social subject has a significant effect on the performance of the company with a positive traits.

Keywords: *corporate social responsibility; return on equity; corporate performance, manufacture corporate; Indeks Saham Syariah Indonesia.*

PENDAHULUAN

Perusahaan manufaktur adalah sebuah cabang bisnis yang mengaplikasikan peralatan, mesin, dan tenaga kerja, serta sebuah medium proses yang mengubah bahan mentah menjadi barang setengah jadi hingga barang siap jual (Utami, 2019). Perkembangan yang terjadi pada perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia sangatlah pesat, hal ini sejalan dengan upaya pemerintah untuk menjadikan ekonomi Indonesia berfokus pada sektor non migas. Pertumbuhan Sektor manufaktur Indonesia menjadi yang terbaik di Asia Tenggara (Okezone, 2018). Selain membawa banyak dampak positif bagi perusahaan juga membuat adanya kerusakan lingkungan dan juga menimbulkan kesenjangan sosial. Dampak negatif yang timbul dapat menjadi pendorong

bagi perusahaan-perusahaan manufaktur untuk melakukan pertanggungjawaban atas kegiatan-kegiatan yang dijalankan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR umumnya dipandang sebagai kegiatan sukarela yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk beroperasi secara ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berkelanjutan (Mehralian dkk., 2016). CSR di Indonesia bermula pada akhir tahun 1990. Kondisi penting yang melatarbelakangi lahirnya CSR di Indonesia adalah karena gerakan sosial berupa tekanan dari LSM lingkungan, LSM buruh, serta LSM Perempuan. Selain itu juga karena adanya kesadaran untuk menjalankan praktik CSR dari perusahaan. Program CSR sudah mulai bermunculan di Indonesia seiring telah disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Kedua undang-undang ini mengharuskan perusahaan-perusahaan untuk melaksanakan kegiatan Tanggungjawab Sosial Perusahaan dan juga mewajibkan perusahaan untuk melaporkan kegiatannya. Kewajiban ini membuat perusahaan-perusahaan manufaktur harus melaksanakan kegiatan CSR.

Pada sisi lain pelaksanaan CSR merupakan kegiatan yang membutuhkan dana yang besar. Sehingga kegiatan ini memiliki potensi mengurangi keuntungan bagi perusahaan. Terlebih pada perusahaan manufaktur dengan komponen biaya produksi dan operasional yang besar dan banyak, tidak lepas dari kewajiban mengalokasikan CSR dalam pos pengeluarannya. Seperti yang telah dijelaskan bahwa perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi ataupun barang jadi, Industri manufaktur bukan hanya memberikan dampak positif tetapi juga memberikan dampak negatif khususnya kepada masyarakat dan lingkungan. Masyarakat di sekitar perusahaan manufaktur mendapat dampak positif yaitu adanya lapangan pekerjaan, tetapi pada kenyataannya banyak sekali pendatang yang ingin bekerja pada perusahaan manufaktur yang membuat persaingan menjadi sangat ketat dan pada akhirnya lapangan pekerjaan tetap saja sulit untuk didapatkan. Sehingga dampak positif yang seharusnya didapatkan oleh masyarakat di sekitar perusahaan manufaktur tidak terlaksana dengan baik. Konsep CSR didasarkan pada saling ketergantungan antara organisasi dan masyarakat di satu sisi dan variabel yang mempengaruhi hubungan tersebut di sisi lain (McWilliams & Siegel, 2001).

Apabila perusahaan tidak memperhatikan seluruh faktor yang mengelilinginya, mulai dari karyawan, konsumen, lingkungan, dan sumber daya alam sebagai satu kesatuan yang saling mendukung suatu sistem, maka tindakan itu akan mengakhiri eksistensi perusahaan itu sendiri. Citra dari sebuah perusahaan akan semakin baik di mata masyarakat apabila dapat menunjukkan tanggung jawab dan kepeduliannya terhadap lingkungan eksternal. CSR harus tertanam dalam budaya organisasi, dan dari perspektif ini, praktik sosial harus dipertimbangkan meskipun tidak secara langsung terkait dengan hasil keuangan (Wry, 2009). Ketika pemangku kepentingan dan konsumen menjadi lebih peduli tentang masalah sosial, perusahaan menyadari bahwa CSR mereka tidak dapat diabaikan

jika mereka berusaha mempertahankan keunggulan kompetitif mereka (Mehralian dkk., 2016). Oleh karena itu, tanggung jawab etis dan operasional terhadap berbagai pemangku kepentingan telah mendorong banyak perusahaan global untuk mengadopsi kebijakan CSR (Herremans dkk., 2016). Memang terdapat beberapa alasan mengapa organisasi menerapkan CSR, antara lain untuk merespon tuntutan spesifik dari stakeholders, meningkatkan kinerja perusahaan, meningkatkan reputasi perusahaan, menghasilkan loyalitas pelanggan, dan menghindari sanksi hukum (Basu & Palazzo, 2008; Doh & Guay, 2006)

Salah satu tantangan utama bagi organisasi dalam menerapkan praktik manajemen baru adalah sejauh mana praktik baru tersebut memfasilitasi pencapaian tujuan organisasi jangka pendek dan jangka panjang (Valiente dkk., 2012). Dalam pandangan ini, implementasi CSR dipandang sebagai strategi untuk memperoleh keunggulan bersaing dengan cara membedakan perusahaan dari para pesaingnya dengan menekankan pada konsistensi operasi dengan harapan masyarakat. Perusahaan berusaha keras untuk berhasil, dan dengan demikian pelaksanaan CSR yang sesuai dengan harapan masyarakat dapat menghasilkan keberhasilan dalam meningkatkan penghargaan, penjualan, dan reputasi perusahaan (Márquez & Fombrun, 2005). Dengan dilaksanakannya CSR perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya karena para investor cenderung menanamkan modal kepada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR.

Terlepas dari kenyataan bahwa CSR memungkinkan organisasi untuk memenuhi kewajiban pemangku kepentingan mereka, terdapat perdebatan mengenai apakah perusahaan dengan program CSR yang rumit mendapatkan keuntungan secara finansial dan strategis, atau sebaliknya. Misalnya, ada temuan yang bertentangan tentang hubungan antara CSR dan kinerja, seperti Brammer dkk. (2006) yang menemukan hubungan negatif antara CSR terhadap kinerja dan dia berpendapat bahwa perusahaan berada pada posisi yang tidak menguntungkan dengan membelanjakan sumber daya untuk CSR. Di sisi lain, studi oleh McWilliams dkk. (2006) tidak menemukan hubungan antara CSR dan kinerja keuangan. Beberapa penelitian lain (seperti Waddock & Bodwell, 2004) yang menemukan hubungan positif dan mengusulkan agar perusahaan berada pada keunggulan kompetitif dengan terlibat dalam aktivitas CSR. Studi review lain menemukan hubungan positif antara CSR dan kinerja keuangan (van Beurden & Gössling, 2008). Beberapa studi lain, termasuk studi oleh Gallardo-Vázquez & Sanchez-Hernandez (2014) dan oleh Larrán Jorge dkk. (2015), mendukung hubungan positif antara CSR dan kinerja organisasi. Hasil yang bertentangan ini telah membawa pada kesimpulan yang masih menjadi "teka-teki" apakah berinvestasi dalam tanggung jawab sosial memang akan menghasilkan keuntungan yang lebih baik (Renneboog dkk., 2008).

Pengembangan Hipotesis

Aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan berdampak terhadap kinerja perusahaan sesuai dengan penelitian sebelumnya (Gallardo-Vázquez & Sanchez-

Hernandez, 2014; Larrán Jorge dkk., 2015; van Beurden & Gössling, 2008; Waddock & Bodwell, 2004). Penelitian ini meneliti pengaruh aktivitas CSR terhadap ROE pada 1 (satu) tahun ke depan karena aktivitas CSR berdampak secara tidak langsung terhadap kinerja perusahaan. Hal ini karena diduga aktivitas CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan sesuai dengan penelitian Heal (2004).

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah

H1: Pengungkapan aktivitas CSR (CSR disclosure) berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (ROE).

Corporate social responsibility terbagi ke dalam beberapa bidang dalam memudahkan perusahaan untuk menjalankannya yaitu bidang lingkungan, bidang ekonomi dan bidang sosial (Mehralian dkk., 2016). Salah satu bidang yang paling terpengaruh adalah bidang lingkungan, karena lingkungan merupakan salah satu aspek yang berhubungan secara langsung dengan kegiatan yang dilakukan perusahaan. Kegiatan CSR terhadap lingkungan memberikan keuntungan bagi perusahaan antara lain yaitu sebagai berikut: (i) pengembangkan reputasi atau citra perusahaan di mata konsumen dan investor; (ii) mengeliminasi konflik lingkungan dan sosial di sekitar perusahaan; (iii) meningkatkan kerja sama dengan para pemangku kepentingan; serta (iv) membedakan perusahaan dengan pesaingnya.

Selain bidang lingkungan, bidang ekonomi dan sosial juga merupakan bidang yang sangat terpengaruh dan mempengaruhi dalam proses produksi perusahaan. Karena kedua aspek ini tidak dapat lepas dari masyarakat yang berhubungan langsung dengan perusahaan (Mehralian dkk., 2016). Masyarakat merupakan salah satu *stakeholders* dengan pengaruh yang paling kuat (Wry, 2009). Perusahaan biasanya sangat memerhatikan bidang ekonomi dan sosial masyarakat ini demi menjaga reputasi dan penghargaan dari masyarakat (Márquez & Fombrun, 2005), oleh sebab itu dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2.1: Pengungkapan aktivitas CSR (CSR disclosure) dalam bidang ekonomi berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (ROE).

H2.2: Pengungkapan aktivitas CSR (CSR disclosure) dalam bidang lingkungan berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (ROE).

H2.3: Pengungkapan aktivitas CSR (CSR disclosure) dalam bidang sosial berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (ROE).

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang tercatat di Indeks Saham Syariah (ISSI) tahun 2017. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah metode *purposive judgement sampling*, yaitu tipe pemilihan sampel secara tidak

acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel penelitian ini adalah: (i) perusahaan manufaktur yang *listing* pada tahun 2017 di ISSI; dan (ii) menerbitkan *annual report* pada tahun 2017.

Tabel 1. Sampel Penelitian

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI pada tahun 2017	111
Tidak tersedia laporan tahunan lengkap selama tahun 2017	0
Tidak memiliki laporan tahunan lengkap selama tahun 2017	0
Tidak memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang diteliti	(24)
Sampel penelitian	87

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kausalitas. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2017). Statistik deskriptif mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami. Sedangkan studi kausalitas untuk melihat hubungan antara 2 (dua) variabel atau lebih yang diteliti, dalam hal ini diteliti pengaruh antara variabel CSR dan kinerja.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Teknik analisis jalur dipilih karena teknik analisis regresi telah digunakan oleh kebanyakan penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Lin dkk. (2019) yang meneliti *Financial performance and corporate social responsibility: Empirical evidence from Taiwan*, serta peneliti lainnya.

Langkah-langkah dalam pengujian analisis jalur dilakukan dengan melakukan beberapa tahapan sebagai berikut:

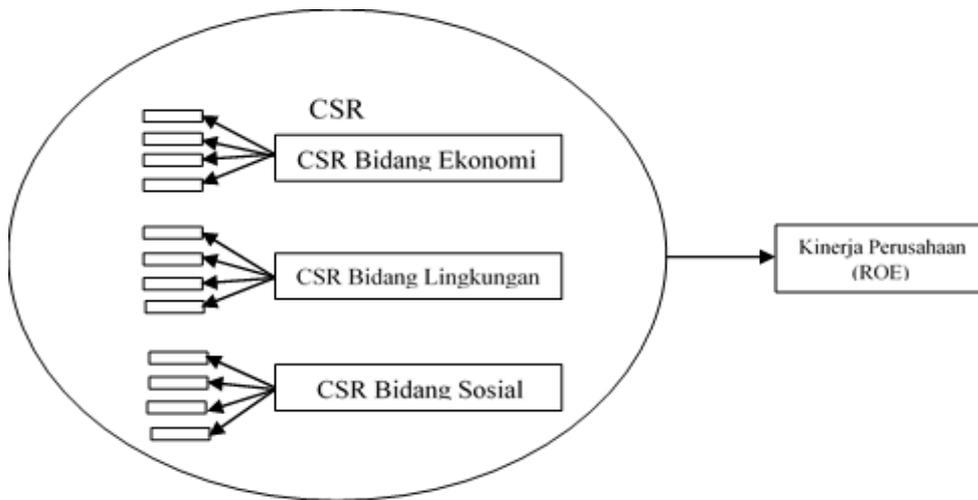
1. Merancang model didasarkan pada teori.

Dalam SEM, hal yang harus dilakukan adalah melakukan serangkaian eksplorasi ilmiah melalui telaah pustaka guna mendapatkan justifikasi atas model teoritis yang dikembangkan. SEM digunakan bukan untuk menghasilkan sebuah model, tetapi digunakan untuk mengkonfirmasi model teoritis tersebut melalui data empirik.

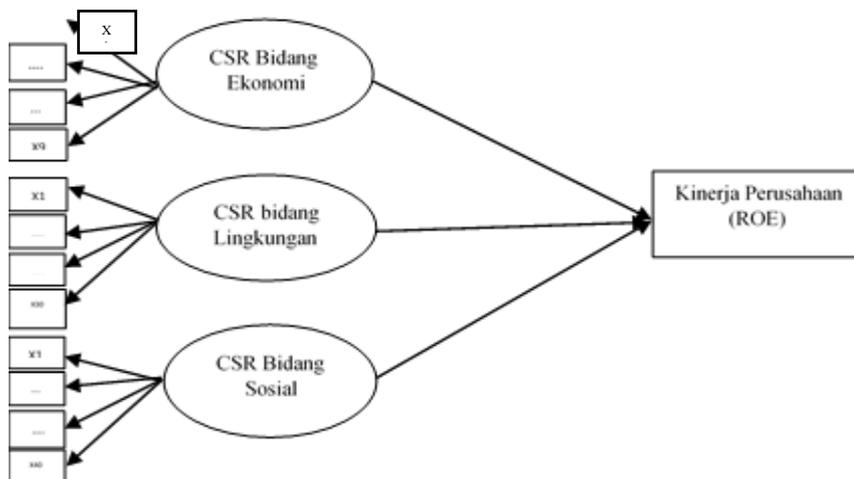
2. Pengembangan *path diagram* atau diagram jalur.

Dalam langkah kedua ini, model teoritis yang telah dibangun pada tahap pertama akan digambarkan dalam sebuah *path diagram*, yang akan mempermudah untuk melihat hubungan-hubungan kausalitas yang ingin diuji. Dalam diagram alur, hubungan antar konstruk akan dinyatakan melalui anak panah. Anak panah yang lurus menunjukkan sebuah hubungan kausal yang langsung antara satu konstruk dengan konstruk lainnya. Sedangkan garis-garis lengkung antar konstruk dengan anak panah pada setiap

ujungnya menunjukkan korelasi antar konstruk. Berdasarkan hubungan antar variabel, secara teoritis dapat dibuat model dalam bentuk diagram jalur sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Analisis Jalur (Path Analysis) 1



Gambar 2. Diagram Analisis Jalur (Path Analysis) 2

3. Konversi diagram jalur ke dalam persamaan

Untuk mengetahui pola hubungan masing-masing variabel tersebut maka dapat disusun sistem persamaan strukturnya sebagai berikut:

- a. Pengaruh langsung CSR secara keseluruhan terhadap Kinerja Perusahaan dengan persamaan sebagai berikut:

$$ROE = \alpha + \beta_1 CSDI + \sum_1$$

- b. Pengaruh langsung CRS bidang Ekonomi, CSR bidang Lingkungan, dan CSR bidang lingkungan terhadap Kinerja Perusahaan dengan persamaan sebagai berikut:

$$ROE = \alpha_1 + \beta_1 CSDILin + \beta_2 CSDIEk + \beta_3 CSDISos + \sum_2$$

Keterangan:

ROE : *Return on Equity*

CSDI : Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial

CSDILin : Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial dalam bidang Lingkungan

CSDIEk : Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial dalam bidang Ekonomi

CSDISos : Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial dalam bidang Sosial

β_0 - β_2 : Koefisien yang diestimasi

Σ_1 - Σ_2 : *Error term*

4. *Goodness of Fit Model*

Uji kelayakan model digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Di dalam *software WarpPLS* melihat model fit yaitu dengan melihat hasil nilai Average path coefficient (APC), Average R-squared (ARS), Average adjusted R-squared (AARS), Average block VIF (AVIF), Average full collinearity VIF (AFVIF), Tenenhaus GoF (GoF), Sympton's paradox ratio (SPR), R-squared contribution ratio (RSCR), Statistical suppression ratio (SSR), dan Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR).

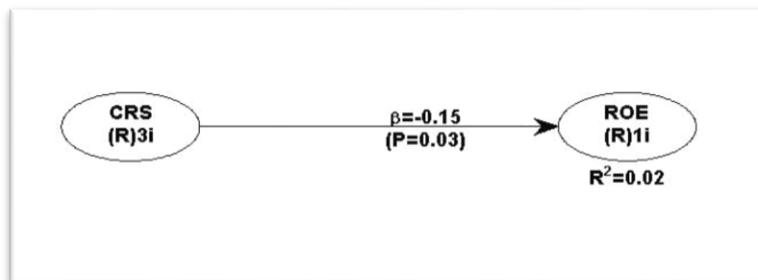
5. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini terdapat empat hipotesis yang harus diuji dengan mempertimbangkan syarat-syarat pengambilan keputusan untuk mengetahui apakah empat hipotesis tersebut akan diterima atau ditolak.

ANALISIS DAN HASIL PEMBAHASAN

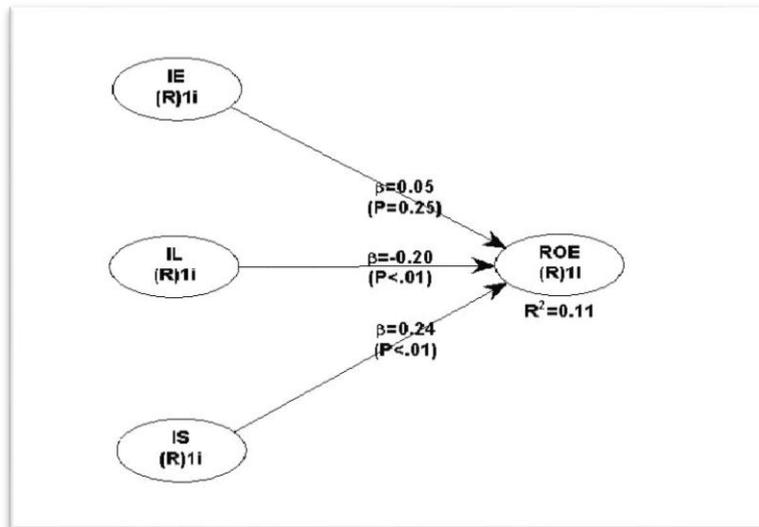
Pengembangan *Path Diagram* atau Analisis jalur

Model teoritis yang telah digambarkan kemudian dibuat menjadi *path diagram*. *Path diagram* ini menunjukkan hubungan-hubungan antar konstruk yang dapat dilihat melalui anak panah. Anak panah yang lurus akan menunjukkan hubungan kausal yang langsung antar konstruk. Sedangkan garis-garis lengkung antar konstruk dengan anak panah pada setiap ujungnya menunjukkan korelasi antar konstruk.



Gambar 3. Pengujian Model *Direct Effect 1*

Dari model yang digambarkan dalam diagram jalur diatas diuji pengaruh antara CSR (*Corporate Social Responsibility*) secara keseluruhan terhadap ROE (Kinerja Perusahaan). Terlihat bahwa pengaruh antara CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap ROE (Kinerja Perusahaan) signifikan, dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,15 dengan *p-value* 0,03. Terdapat pengaruh langsung dari CSR yang secara signifikan mempengaruhi Kinerja Perusahaan.



Gambar 4. Pengujian Model *Direct Effect* 2

Dalam model yang ditunjukkan oleh diagram jalur diatas diuji pengaruh antara IE (*Corporate Social Responsibility* dalam bidang Ekonomi), IL (*Corporate Social Responsibility* dalam bidang Lingkungan), dan IS (*Corporate Social Responsibility* dalam bidang Sosial) secara masing-masing terhadap ROE (Kinerja Perusahaan). Didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Pengaruh antara IE (*Corporate Social Responsibility* dalam bidang Ekonomi) terhadap ROE (Kinerja Perusahaan) tidak signifikan, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,05 dan *p-value* 0,25.
2. Pengaruh antara IL (*Corporate Social Responsibility* dalam bidang Lingkungan) terhadap ROE (Kinerja Perusahaan) signifikan, dengan nilai koefisien -0,20 dan *p-value* <0,01.
3. Pengaruh antara IS (*Corporate Social Responsibility* dalam bidang Sosial) terhadap ROE (Kinerja Perusahaan) signifikan, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,24 dan *p-value* <0,01.

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan ditunjukkan adanya pengaruh langsung yang signifikan antara CSR (*Corporate Social Responsibility*) secara keseluruhan terhadap Kinerja Keuangan (ROE), juga antara CSR bidang Lingkungan dan CSR bidang Sosial secara masing-masing terhadap Kinerja Perusahaan (ROE). Serta tidak terdapat

perngaruh langsung yang signifikan antara CSR bidang ekonomi terhadap Kinerja Perusahaan (ROE).

Pengujian Goodness of Fit Model

Ketepatan fungsi regresi sampel yang diuji dalam menaksir nilai aktual diperiksa atau diuji dengan uji kelayakan yang dikenal sebagai pengujian *Goodness of Fit Model*. Fit atau tidaknya sebuah model akan dilihat dari hasil nilai Average path coefficient (APC), Average R-squared (ARS), Average adjusted R-squared (AARS), Average block VIF (AVIF), Average full collinearity VIF (AFVIF), Tenenhaus GoF (GoF), Sympon's paradox ratio (SPR), R-squared contribution ratio (RSCR), Statistical suppression ratio (SSR), dan Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR).

1. Uji Goodness of Fit Model pada model pengujian CSR secara keseluruhan terhadap Kinerja Perusahaan (ROE)

Model fit and quality indices

Average path coefficient (APC)=0.148, P=0.017
Average R-squared (ARS)=0.022, P=0.196
Average adjusted R-squared (AARS)=0.011, P=0.224
Average block VIF (AVIF) not available
Average full collinearity VIF (AFVIF)=1.000, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)=0.137, small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36
Sympon's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1
R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=0.000, acceptable if ≥ 0.7

Gambar 5. Pengujian Goodness of Fit Model 1

Dari hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa nilai APC sebesar 0,148 dan nilai *p-value* sebesar 0,017; nilai ARS sebesar 0,022 dan nilai *p-value* sebesar 0,196; nilai AARS sebesar 0,011 dan nilai *p-value* sebesar 0,224; nilai AVIF yang tidak tersedia; nilai AFVIF sebesar 1,0 yang dapat diterima apabila bernilai ≤ 5 dengan nilai ideal sebesar $\leq 3,3$; nilai GoF sebesar 0,137 yang termasuk ke dalam kriteria *small* (kecil); nilai SPR sebesar 1,0 yang dapat diterima apabila bernilai $\geq 0,7$ dengan nilai ideal =1; nilai RSCR sebesar 1,0 yang dapat diterima apabila bernilai $\geq 0,9$ dengan nilai ideal =1; nilai SSR sebesar 1,0 yang dapat diterima apabila bernilai $\geq 0,7$; nilai NLBCDR senilai 0,0 yang dapat diterima apabila bernilai $\geq 0,7$.

Pada uji kecocokan model terdapat 3 indeks pengujian, yaitu *average path coefficient* (APC), *average R-squared* (ARS) dan *average varians factor* (AVIF) dengan

kriteria APC dan ARS diterima dengan syarat $p\text{-value} < 0,05$ dan $AVIF < 5$. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa model fit dan dapat diterima.

2. Uji Goodness of Fit Model pada model pengujian CSR bidang Ekonomi, CSR bidang Lingkungan dan CSR bidang Sosial secara masing-masing terhadap Kinerja Perusahaan

Model fit and quality indices	
Average path coefficient (APC)	=0.166, P=0.010
Average R-squared (ARS)	=0.105, P=0.048
Average adjusted R-squared (AARS)	=0.073, P=0.092
Average block VIF (AVIF)	=1.014, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3
Average full collinearity VIF (AFVIF)	=1.523, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)	=0.324, small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36
Sympson's paradox ratio (SPR)	=1.000, acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1
R-squared contribution ratio (RSCR)	=1.000, acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)	=1.000, acceptable if ≥ 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)	=0.500, acceptable if ≥ 0.7

Gambar 6. Pengujian Goodness of Fit Model 2

Dari hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa nilai APC sebesar 0,166 dan nilai $p\text{-value}$ sebesar 0,010; nilai ARS sebesar 0,105 dan nilai $p\text{-value}$ sebesar 0,048; nilai AARS sebesar 0,073 dan nilai $p\text{-value}$ sebesar 0,092; nilai AVIF sebesar 1,014 yang dapat diterima apabila bernilai ≤ 5 dengan nilai ideal $\leq 3,3$; nilai AFVIF sebesar 1,523 yang dapat diterima apabila bernilai ≤ 5 dengan nilai ideal sebesar $\leq 3,3$; nilai GoF sebesar 0,324 yang termasuk ke dalam kriteria *medium* (sedang); nilai SPR sebesar 1,0 yang dapat diterima apabila bernilai $\geq 0,7$ dengan nilai ideal =1; nilai RSCR sebesar 1,0 yang dapat diterima apabila bernilai $\geq 0,9$ dengan nilai ideal =1; nilai SSR sebesar 1,0 yang dapat diterima apabila bernilai $\geq 0,7$; nilai NLBCDR senilai 0,5 yang dapat diterima apabila bernilai $\geq 0,7$.

Pada uji kecocokan model terdapat 3 indeks pengujian, yaitu *average path coefficient* (APC), *average R-squared* (ARS) dan *average varians factor* (AVIF) dengan kriteria APC dan ARS diterima dengan syarat $p\text{-value} < 0,05$ dan $AVIF < 5$. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa model fit dan dapat diterima.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis 1

Pengaruh antara CSR (*Corporate Social Responsibility*) secara keseluruhan terhadap ROE (Kinerja Perusahaan) signifikan, dengan nilai koefisien jalur sebesar -

0,15 dengan *p-value* 0,03. Karena *p-value* <0,05 maka H_a diterima. CSR secara keseluruhan berpengaruh langsung terhadap Kinerja Perusahaan.

Hipotesis 2.1

Pengaruh antara CSR (*Corporate Social Responsibility*) bidang Ekonomi secara tersendiri terhadap ROE (Kinerja Perusahaan) tidak signifikan, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,05 dan *p-value* 0,25. Karena *p-value* >0,05 maka H_0 diterima. CSR bidang Ekonomi tidak berpengaruh langsung terhadap Kinerja Perusahaan.

Hipotesis 2.2

Pengaruh antara CSR (*Corporate Social Responsibility*) bidang Lingkungan secara tersendiri terhadap ROE (Kinerja Perusahaan) signifikan, dengan nilai koefisien -0,20 dan *p-value* <0,01. Karena *p-value* <0,05 maka H_a diterima. CSR bidang Lingkungan berpengaruh langsung terhadap Kinerja Perusahaan.

Hipotesis 2.3

Pengaruh antara CSR (*Corporate Social Responsibility*) bidang Sosial secara tersendiri terhadap ROE (Kinerja Perusahaan) signifikan, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,24 dan *p-value* <0,01. Karena *p-value* <0,05 maka H_a diterima. CSR bidang Sosial berpengaruh langsung terhadap Kinerja Perusahaan.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil *output* WarpPLS, hasil penelitian pada persamaan 1 menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan yang diukur dengan ROE pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI tahun 2017. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *p-value*nya sebesar 0,03 yang memenuhi kriteria signifikansi yaitu sebesar <0,05. Variabel CSR juga memiliki pengaruh positif terhadap variabel Kinerja Perusahaan yang dapat diamati melalui nilai *path coefficient* yang bernilai positif senilai 0,15. Hasil R^2 dari pengujian ini bernilai 0,02 atau sebesar 2%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) hanya mempengaruhi Kinerja Perusahaan yang diukur menggunakan ROE sebesar 2% sedangkan sisanya yaitu sebesar 98% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar penelitian ini. Pengaruh positif yang signifikan pada pengujian hipotesis ini menunjukkan bahwa semakin besar pengungkapan yang dilakukan perusahaan atas kegiatan CSR-nya maka akan semakin meningkat ROE dari perusahaan tersebut. Walaupun biaya yang dikeluarkan dalam melaksanakan kegiatan CSR besar, namun dampak positif dari baiknya citra perusahaan akan membawa keuntungan yang lebih besar. Semakin luasnya pengungkapan kegiatan CSR akan memberikan sinyal positif kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan maupun para pemegang saham (*shareholder*). Penelitian ini sesuai dengan (Gallardo-Vázquez & Sanchez-Hernandez, 2014; Larrán Jorge dkk., 2015; van Beurden & Gössling, 2008; Waddock & Bodwell, 2004)

Berdasarkan hasil *output* warpPLS, hasil penelitian pada model ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang Ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan yang diukur dengan ROE pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI tahun 2017. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *p-value*nya sebesar 0,25 yang tidak memenuhi kriteria signifikansi karena nilainya >0.05 . Aspek ekonomi dari *corporate social responsibility* (CSR) meliputi dampak ekonomi dari kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan. Aspek ini seringkali dipersamakan sebagai masalah keuangan perusahaan sehingga aspek ini diasumsikan lebih mudah untuk diimplementasikan daripada dua aspek lainnya, yaitu aspek sosial dan lingkungan. Sehingga menyebabkan kegiatan CSR dalam bidang Ekonomi seringkali diabaikan atau walaupun kegiatannya dijalankan namun perusahaan tidak mengungkapkan kegiatan tersebut di dalam laporan CSRnya melainkan hanya mencantumkannya dalam laporan keuangan. Kesalahan pengungkapan inipun banyak dilakukan perusahaan yang hanya membuat laporan CSR yang tidak mengandung informasi yang mendetail mengenai kegiatan yang dilakukan sehingga laporan CSR menjadi bias.

Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan yang diukur dengan ROE pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI tahun 2017. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *p-value*nya sebesar $<0,01$ yang memenuhi kriteria signifikansi yaitu sebesar <0.05 . Variabel CSR bidang Lingkungan juga memiliki pengaruh negatif terhadap variabel Kinerja Perusahaan yang dapat diamati melalui nilai *path coefficient* yang bernilai negatif senilai $-0,20$. Negatifnya hasil penelitian CSR bidang lingkungan terhadap kinerja perusahaan ini dapat terjadi karena pengurangan nilai keuntungan akibat penggunaan dana untuk melaksanakan CSR bidang lingkungan. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan besar yang melaksanakan kegiatan CSR bidang lingkungan sebetulnya mendapatkan keuntungan melalui perbaikan citra yang berdampak pada pendapatan namun dihasilkan hasil negatif karena perhitungan ROE nya yang menunjukkan demikian. Karena ROE merupakan perbandingan antara *Earning After Tax* (EAT) terhadap *Equity*, maka apabila total ekuitas perusahaan memang besar bisa timbul hasil negatif walaupun EAT yang dimiliki suatu perusahaan sebetulnya meningkat karena pelaksanaan CSR dalam bidang Lingkungan.

Pengaruh CSR bidang Sosial terhadap Kinerja Perusahaan yang diukur menggunakan ROE

Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang Sosial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan yang diukur dengan ROE pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI tahun 2017. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *p-value*nya sebesar $<0,01$ yang memenuhi kriteria signifikansi yaitu sebesar <0.05 . Variabel CSR bidang Sosial juga memiliki pengaruh positif terhadap variabel Kinerja Perusahaan yang dapat diamati melalui nilai *path coefficient* yang bernilai positif senilai $0,24$.

Dimensi Sosial merupakan bidang CSR yang paling berhubungan dengan masyarakat seperti halnya dimensi lingkungan, Karena kepercayaan masyarakat merupakan faktor penting dalam citra perusahaan yang akan terbentuk. Wijaya dan Husni (2015) menyatakan bahwa masyarakat memiliki pengaruh pada keberadaan perusahaan. Penelitiannya menunjukkan hasil bahwa aspek sosial memiliki pengaruh pada citra perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa dukungan aktif yang diberikan oleh perusahaan dalam kegiatan sosial memberikan pengaruh positif pada masyarakat lingkungan sekitar perusahaan, oleh karena itu masyarakat memiliki opini positif pada citra perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengungkapan CSR secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam ISSI periode tahun 2017 dengan sifat positif. Sementara secara parsial CSR bidang lingkungan dan bidang sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Namun CSR bidang lingkungan berpengaruh secara negatif terhadap kinerja perusahaan berbeda dengan CSR bidang sosial yang berpengaruh secara positif terhadap kinerja perusahaan. Secara umum, temuan ini menegaskan peran CSR yang cukup signifikan terhadap kinerja perusahaan, yang pada gilirannya CSR ini harus menjadi perhatian khusus bagi berbagai pihak atau stakeholder.

Seringkali kegiatan tanggung jawab sosial masih tidak sesuai dengan proses perencanaan nasional. Banyak perusahaan yang hanya menyalurkan dana CSRnya berupa dana sumbangan atau bantuan. Seharusnya dana dapat disalurkan dalam bentuk program-program yang dapat memberikan manfaat bagi kelangsungan lingkungan dan masyarakat. Perbedaan laporan pengungkapan kegiatan CSR dari perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam ISSI periode tahun 2017 sangat besar. Ada yang telah membuat laporan pengungkapannya dengan baik dan sesuai namun kebanyakan tidak membuat laporan pengungkapannya dengan baik. Sehingga dapat menimbulkan perbedaan hasil antara pelaksanaan kegiatan pertanggungjawaban dengan apa yang peneliti dapatkan dari laporan pengungkapannya. Seharusnya seluruh perusahaan membuat laporan yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Perusahaan harus lebih memerhatikan lagi kegiatan-kegiatan CSR yang seharusnya dijalankan sehingga tidak menimbulkan penyalah artian.

Dalam penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan lebih banyak sampel perusahaan atau dengan menambahkan jumlah variabel independen supaya hasil penelitian yang diperoleh lebih beragam. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menilai pengungkapan pelaksanaan kegiatan CSR dengan lebih teliti dan menyeluruh guna menghindari adanya kesalahan pengungkapan yang dapat disebabkan oleh perbedaan laporan yang dibuat oleh masing-masing perusahaan. Selain itu, diharapkan tidak hanya menilai pengungkapan dari laporan CSR namun juga melihat laporan keuangan, karena masih banyak perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatannya dengan baik dan tidak menuliskannya secara khusus pada laporan CSR.

REFERENSI

- Agudo Valiente, J. M., Garcés Ayerbe, C., & Salvador Figueras, M. (2012). Social responsibility practices and evaluation of corporate social performance. *Journal of Cleaner Production*, 35, 25–38. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.05.002>
- Basu, K., & Palazzo, G. (2008). Corporate Social Responsibility: A Process Model of Sensemaking. *Academy of Management Review*, 33(1), 122–136. <https://doi.org/10.5465/amr.2008.27745504>
- Brammer, S., Brooks, C., & Pavelin, S. (2006). Corporate Social Performance and Stock Returns: UK Evidence from Disaggregate Measures. *Financial Management*, 35(3), 97–116. <https://doi.org/10.1111/j.1755-053X.2006.tb00149.x>
- Doh, J. P., & Guay, T. R. (2006). Corporate Social Responsibility, Public Policy, and NGO Activism in Europe and the United States: An Institutional-Stakeholder Perspective. *Journal of Management Studies*, 43(1), 47–73. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00582.x>
- Gallardo-Vázquez, D., & Sanchez-Hernandez, M. I. (2014). Measuring Corporate Social Responsibility for competitive success at a regional level. *Journal of Cleaner Production*, 72, 14–22. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.02.051>
- Heal, G. (2004). *Corporate Social Responsibility—An Economics and Financial Framework* [Working Paper]. Columbia Business School. https://www0.gsb.columbia.edu/mygsb/faculty/research/pubfiles/1662/CSR_PAPER_Dec2804.pdf
- Herremans, I. M., Nazari, J. A., & Mahmoudian, F. (2016). Stakeholder Relationships, Engagement, and Sustainability Reporting. *Journal of Business Ethics*, 138(3), 417–435. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2634-0>
- Larrán Jorge, M., Herrera Madueño, J., Martínez-Martínez, D., & Lechuga Sancho, M. P. (2015). Competitiveness and environmental performance in Spanish small and medium enterprises: Is there a direct link? *Journal of Cleaner Production*, 101, 26–37. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.04.016>
- Lin, L., Hung, P.-H., Chou, D.-W., & Lai, C. W. (2019). Financial performance and corporate social responsibility: Empirical evidence from Taiwan. *Asia Pacific Management Review*, 24(1), 61–71. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2018.07.001>
- Márquez, A., & Fombrun, C. J. (2005). Measuring Corporate Social Responsibility. *Corporate Reputation Review*, 7(4), 304–308. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540228>
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117–127. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4011987>
- McWilliams, A., Siegel, D. S., & Wright, P. M. (2006). Corporate Social Responsibility: Strategic Implications*. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1–18.
- Mehralian, G., Nazari, J. A., Zarei, L., & Rasekh, H. R. (2016). The effects of corporate social responsibility on organizational performance in the Iranian pharmaceutical

- industry: The mediating role of TQM. *Journal of Cleaner Production*, 135, 689–698. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.116>
- Okezone. (2018, Februari 17). *Indonesia Jawara Manufaktur di ASEAN, Ini 6 Faktanya: Okezone Economy*. <https://economy.okezone.com/>. <https://economy.okezone.com/read/2018/02/17/320/1860861/indonesia-jawara-manufaktur-di-asean-ini-6-faktanya>
- Renneboog, L., Ter Horst, J., & Zhang, C. (2008). Socially responsible investments: Institutional aspects, performance, and investor behavior. *Journal of Banking & Finance*, 32(9), 1723–1742. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2007.12.039>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Utami, N. W. (2019, Maret 15). Mengenal Work in Progress dalam Perusahaan Manufaktur. *Jurnal*. <https://www.jurnal.id/blog/2017-mengenal-work-in-process-dalam-perusahaan-manufaktur/>
- van Beurden, P., & Gössling, T. (2008). The Worth of Values: A Literature Review on the Relation between Corporate Social and Financial Performance. *Journal of Business Ethics*, 82(2), 407–424. JSTOR.
- Waddock, S., & Bodwell, C. (2004). Managing Responsibility: What Can Be Learned from the Quality Movement?: *California Management Review*, 47(1), 25–37. <https://doi.org/10.2307/41166285>
- Wry, T. E. (2009). Does Business and Society Scholarship Matter to Society? Pursuing a Normative Agenda with Critical Realism and Neoinstitutional Theory. *Journal of Business Ethics*, 89(2), 151–171. JSTOR.