**HUBUNGAN KINERJA KEUANGAN
DENGAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
(Studi pada Emiten Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia)**

**CORRELATIONAL OF FINANCIAL PERFORMANCE
WITH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(Study on Manufactures Listed at IDX)**

Tedi Rustendi

Fakultas Ekonomi – Universitas Siliwangi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui derajat korelasional antara kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Studi dilakukan pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI dengan metode deskriptif. Data sekunder dianalisis secara kuantitatif menggunakan statistik uji koefisien korelasi rank spearman dengan nilai kritis r' rank pada taraf nyata 5%. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat korelasional yang bersifat sejalan antara kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial. Namun korelasional tersebut tidak menempatkan variabel-variabel penelitian secara dominan satu sama lain.

Kata Kunci : laba, pemangku kepentingan, lingkungan

Abstract

Aim of this research is to known degree of correlational between financial performance and corporate social responsibility. Descriptive study has done for manufactures that listing in BEI. Quantitative analysis of secondary data used test statistic of correlation rank spearman in critical value r' rank of 5% significant level. At 95% confidance level, hypothesis tested, there is correlation between variables which investigated, but not in order as dominan factors.

Keywords : profit, stakeholder, environment.

I. Pendahuluan.

Isu kerusakan lingkungan akibat eksploitasi sumber daya alam, atau karena limbah/polutan, atau produk yang tidak ramah lingkungan yang dihasilkan oleh perusahaan ; termarginalkannya tenaga kerja lokal bahkan dehumanisasi karena perusahaan berorientasi teknologi yang lebih mengedepankan efisiensi dan mekanisasi, dan juga ; praktek perusahaan tertentu yang mengenyampingkan regulasi atau etika bisnis demi memaksimalkan keuntungan, telah mencuatkan permasalahan terutama dibidang sosial dan ekonomi. Sekalipun perusahaan/pelaku bisnis telah membayar pajak, atau iuran lain yang ditentukan oleh pemerintah, tetapi tidak berarti perusahaan yang dimaksud dapat melepaskan diri dari tanggungjawab sosialnya kepada masyarakat.

Dalam sepuluh tahun terakhir, perusahaan-perusahaan di Indonesia mulai melaksanakan tanggung jawab sosialnya (CSR – *corporate social responsibility*)

secara terprogram dan merupakan bagian pengambilan keputusan perusahaan dalam kaitannya dengan nilai etika, kaidah hukum, dan penghargaan kepada masyarakat, serta orientasi bisnis yang ramah lingkungan.

Pemerintah berperan untuk dapat mendorong perusahaan-perusahaan yang ada untuk melaksanakan tanggungjawab sosialnya dengan menggunakan regulasi sehingga Program Tanggung Jawab Sosial (selanjutnya menggunakan istilah 'Program CSR') tidak semata mata bersifat sukarela melainkan merupakan mandat yang mengikat, sesuai aturan, dan mampu mendorong terciptanya harmoni antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan. Peran pemerintah tersebut dimulai dengan regulasi yang mengharuskan perseroan yang menjalankan bisnis yang berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan (UU No 40 Th 2007 pasal 74 (1) tentang Perseroan Terbatas). Regulasi tersebut semakin mengokohkan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga program yang berkenaan dengan implementasi tanggung jawab sosial tersebut tidak sekedar memenuhi aspek filantropis (dorongan kemanusiaan berdasarkan norma/etika) melainkan merupakan bagian dari kebijakan manajemen perusahaan yang membawa konsekuensi jangka panjang.

Guna melaksanakan tanggung jawab sosial yang terprogram dalam jangka panjang diperlukan biaya yang tidak sedikit. Perusahaan yang berorientasi laba harus membagi dan menyeimbangkan sumber daya ekonominya untuk kepentingan bisnis atau pemilik, dan sosial atau masyarakat. Oleh karena itu, pemikiran untuk melaksanakan program CSR sering dikalkulasikan dengan manfaat jangka panjang yang akan diperoleh perusahaan. Persepsi demikian memiliki dasar yang logis, tetapi dampak terhadap lingkungan dan sosial juga mutlak harus dipertimbangkan. Oleh karena itu, tidak sedikit perusahaan yang melaksanakan program CSR pada bidang yang relevan dengan bisnisnya, misalnya Bogasari dan Unilever divisi B&F memberikan pelatihan dan pendampingan UMKM yang berbasis produk yang mereka hasilkan, atau Astra Int yang mengembangkan pendidikan dibidangomotif, memberikan pelatihan dan pengembangan kewirausahaan kepada generasi muda. Dari sudut inilah program CSR diharapkan dapat meningkatkan citra perusahaan yang peduli lingkungan dan humanis. Secara teoritis, citra perusahaan dapat mendorong lahirnya loyalitas konsumen dalam menggunakan produk/jasa perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki dan melaksanakan program CSR akan mengungkapkannya dalam laporan tahunan yang dipublikasikan dalam bentuk *sustainability reporting*.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk mencari jawaban empiris mengenai korelasional antara kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Isu strategis yang mendasarinya adalah bahwa program CSR sepantasnya dibiayai dari bagian keuntungan perusahaan, dan sebaliknya bahwa program CSR dapat menunjang pencapaian kinerja keuangan dalam jangka panjang.

II. Tinjauan Teoritis.

2.1. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Interaksi antara perusahaan dengan pemangku kepentingan dapat dilakukan dengan pendekatan yang mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan kedalam kebijakan strategis perusahaan melalui program CSR. Werther dan Chandler (2011) mengemukakan bahwa terdapat perdebatan mengenai CSR yang terfokus kepada anggapan bahwa apakah perusahaan bertanggungjawab untuk mengejar tujuan lain selain memaksimalkan laba, tetapi sangat penting untuk diperhatikan bahwa umumnya pemangku kepentingan (salah satunya konsumen) sepakat dengan perilaku yang peduli terhadap lingkungan sosial, dan faktanya perusahaan yang tidak mengindahkan permintaan konsumen akan ditinggalkan.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kontribusi yang diberikan perusahaan kepada masyarakat atas aktivitas bisnisnya yang merupakan investasi sosial dan program filantropis, serta berkaitan dengan kebijakan publik (Wineberg dan Rudolph, 2004). Dari batasan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa tanggung jawab sosial yang dimaksud menunjukkan adanya upaya perusahaan untuk melayani kepentingan sosial/masyarakat dan lingkungan (kepedulian sosial) serta memenuhi tuntutan regulasi sekaligus memenuhi kepentingan bisnis perusahaan.

Dua kepentingan tersebut diakomodasi oleh perusahaan dengan cara yang berbeda. Menyimak pandangan Edi Suharto (2008) mengenai kategorisasi perusahaan dalam melaksanakan program CSR berdasarkan tujuannya, maka terlihat kelompok perusahaan yang pasif (program CSR tanpa tujuan yang pasti) ; perusahaan impresif (lebih mengedepankan promosi daripada pemberdayaan masyarakat) ; perusahaan agresif (kebalikan dari impresif), dan ; perusahaan progresif (menyeimbangkan kepentingan promosi dan pemberdayaan masyarakat). Uraian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang melaksanakan program CSR yang berkesinambungan tidak hanya memenuhi tuntutan pemangku kepentingan (pihak eksternal) tetapi juga fokus kepada kepentingan perusahaan dalam jangka panjang terutama dalam meningkatkan citra perusahaan yang diharapkan dapat

menguntungkan posisi perusahaan dalam *trade off* dengan lingkungan sistemnya (investor, pelanggan, supplier, pemerintah, kreditor, dan masyarakat).

Substansi demikian sejalan dengan pandangan Edi Suharto (2008) yang mengemukakan bahwa secara konseptual Tanggung jawab sosial merupakan kepedulian perusahaan yang didasari prinsip orientasi profit, kesejahteraan masyarakat/sosial, dan keberlanjutan lingkungan hidup. Ketiga prinsip tersebut saling berkaitan membentuk diagram ven. Pengejawantahan kepedulian perusahaan kepada lingkungan/sosial terungkap dengan motif *charit*, *filantropis*, dan *citizenship*. Secara konseptual yang dapat dijadikan panduan dikutip oleh Ismail Solihin (2009) berdasarkan *Guidance Standard on Social Responsibility* dari ISO 26000 berkenaan dengan unsur utama tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu pengembangan masyarakat, pelanggan, praktek perusahaan yang sehat, lingkungan, pelatihan tenaga kerja, hak asasi manusia, dan tata kelola organisasional.

Bagi perusahaan yang *go public*, tanggung jawab sosial yang dimaksud diungkapkan dalam laporan tahunan sebagai bentuk akuntabilitas kepada pemangku kepentingan. Keterukuran pelaksanaan program CSR ditentukan dengan pengungkapan informasi mengenai pemenuhan aspek-aspek tanggung jawab sosial seperti yang dikembangkan BAPEPAM dalam 49 item yang dikutip oleh Noviyanti (2009), yaitu :

- 1) Hubungan dengan lingkungan : (1) kepatuhan kepada regulasi berkenaan dengan lingkungan ; (2) pencegahan/perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber daya alam ; (3) konservasi sumber daya alam ; (4) penggunaan material daur ulang ; (5) menerima penghargaan atas program lingkungan ; (6) perancangan fasilitas yang harmonis dengan lingkungan ; (7) pengolahan limbah ; (8) mempelajari dampak lingkungan ; (9) upaya minimalisasi limbah, emisi gas, serta polutan lainnya, dan ; (10) menerima penghargaan atas pengolahan limbah.
- 2) Kesehatan dan keselamatan kerja : (1) keselamatan kerja, dan kesehatan fisik/mental ; (2) kepatuhan kepada peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja ; (3) penghargaan berkenaan dengan keselamatan kerja, dan ; (4) statistik keselamatan kerja.
- 3) Tenaga Kerja : (1) bantuan keuangan kepada tenaga kerja dalam bidang pendidikan ; (2) adanya pusat penelitian tenaga kerja ; (3) program diklat atau peningkatan kompetensi ; (4) persentase gaji untuk pensiun ; (5) jumlah tenaga kerja ; (6) kualifikasi tenaga kerja ; (7) kebijakan

- promosi dan karier tenaga kerja, dan ; (8) hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam hal meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja.
- 4) Hubungan dengan pemegang saham : (1) visi, misi dan tujuan ; (2) struktur organisasional ; (3) *good governance* ; (4) manajemen risiko ; (5) R & D ; (6) pembaharuan teknologi ; (7) unit saham dan pemegang saham ; (8) kondisi saham ; (9) jenis dan output produksi ; (10) produk baru ; (11) kontrak dan perjanjian ; (12) sertifikasi kualitas produksi, dan ; (13) kapasitas produksi.
 - 5) Hubungan dengan konsumen : (1) pemenuhan standar kualitas produk ; (2) pemberian layanan konsumen, dan ; (3) penghargaan tingkat kepuasan konsumen.
 - 6) Hubungan dengan masyarakat : (1) donasi/sumbangan/kontribusi amal ; (2) kemitraan/asistensi teknis bagi UMKM atau sektor usaha lain ; (3) kontribusi untuk bidang pendidikan ; (4) kontribusi untuk kegiatan keagamaan ; (5) kontribusi untuk bidang seni budaya ; (6) kontribusi untuk bidang olah raga ; (7) kontribusi untuk bidang kesehatan masyarakat, dan ; (8) kontribusi untuk membangun sarana dan prasarana publik.
 - 7) Hubungan dengan pemangku kepentingan lainnya : (1) komitmen kepada pemerintah ; (2) komitmen kepada kontraktor, suplier atau pemangku kepentingan lainnya, dan (3) penghargaan dari pemerintah.

Selanjutnya dikemukakan bahwa aspek tersebut dikuantifikasikan dalam rumusan Indeks Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index – CSRDI*) sebagai berikut :

$$CSRDI = \frac{\text{Jml Item yang Dipenuhi/diungkapkan}}{\text{Jml Item yang Diharapkan}}$$

Interpretasi atas indeks tersebut adalah bahwa semakin besar angka indeks (mendekati 1) menunjukkan semakin baik pemenuhan perusahaan atas tanggung jawab sosialnya. Dalam konteks kepentingan perusahaan secara teoritis, pengungkapan program CSR tersebut sangat berarti bagi terciptanya citra perusahaan sebagai entitas ekonomi yang peduli lingkungan dan sosial kemasyarakatan. Pada akhirnya citra positif tersebut akan mendorong loyalitas pelanggan, dan diharapkan mampu menarik pelanggan potensial untuk menggunakan produk/jasa yang dihasilkan perusahaan. Pada titik inilah, program

CSR yang konsisten dilaksanakan dalam jangka panjang akan menunjang kinerja keuangan perusahaan.

2.2. Kinerja Keuangan Perusahaan.

Dari mana sebaiknya sumber keuangan yang digunakan perusahaan untuk membiayai program CSR ?. Bila tanggung jawab sosial perusahaan dipandang sebagai bentuk kepedulian kepada lingkungan dan sosial yang dilatarbelakangi dengan dampak negatif yang berpotensi ditimbulkan oleh perusahaan seperti disebutkan pada paparan di atas, maka jawaban yang logis adalah bahwa sumber pembiayaan program CSR sebaiknya berasal dari bagian laba/keuntungan perusahaan yang disisihkan secara khusus. Bila merujuk kepada regulasi yang diterbitkan oleh Pemerintah yang secara spesifik berlaku untuk BUMN yaitu Keputusan Menteri BUMN No Kep-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), menyebutkan bahwa program tersebut didanai dari penyisihan laba bersih sebesar 2%. Sekalipun belum jelas aturan yang berlaku secara umum, fenomena pembiayaan program CSR banyak mengadopsi konsep/acuan di atas.

Pencapaian laba bersih merupakan salah satu indikator kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan yang berbasis pada laba bersih menggambarkan kinerja operasi yang berguna sebagai ukuran manfaat ekonomi yang dinilai berdasarkan laporan keuangan (Hitchner, 2011). Pengukuran kinerja keuangan yang berpangkal dari perolehan laba kemudian dibandingkan dengan sumber daya yang digunakan perusahaan untuk memperoleh laba tersebut. Dengan demikian efektivitas dan efisiensi penggunaan sumber daya yang berasal dari lingkungan sistem (sumber daya alam, tenaga kerja, dana, infrastruktur) yang diukur dalam satuan moneter dalam bentuk aset/investasi menjadi penentu keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan utamanya yaitu laba.

Dimensi kinerja keuangan perusahaan yang berkenaan dengan pemanfaatan seluruh sumber daya yang dimiliki untuk memperoleh *return* dikenal dengan istilah rentabilitas yang diukur dengan *Return on Investment* – ROI yang dirumuskan sebagai berikut :

$$ROI = \frac{EAT}{\text{Total Aset Operasional}} \times 100\%$$

Rasio keuangan tersebut dipandang relevan untuk mendeskripsikan keterkaitan kinerja keuangan dengan pembiayaan program CSR, sebab perusahaan

telah memperhitungkan manfaat setiap sumber daya yang dimilikinya yang berasal dari hasil *trade off* dengan lingkungannya dan memenuhi kewajiban legal (perpajakan). Aktiva merupakan kekayaan yang dimiliki perusahaan yang bersumber dari pihak eksternal dan pihak internal yang kemudian digunakan untuk melakukan transaksi bisnis dengan ukuran kompensasi yang baku berupa sewa, bunga, gaji dan upah atas semua faktor produksi (sumber daya alam, tenaga kerja, modal, dan fasilitas). Hal demikian menjadi kunci dari konsep bahwa kepedulian sosial dan kewajiban memberdayakan masyarakat tidak berarti hilang hanya karena perusahaan telah membayar sewa, bunga, gaji/upah, dan pajak. Kontekstualnya seperti yang dikemukakan oleh Bing Bejo (2006) yang menyatakan bahwa meskipun perusahaan telah membayar pajak kepada negara tidak berarti telah menghilangkan tanggungjawabnya terhadap kesejahteraan publik.

Secara konseptual, kinerja keuangan perusahaan yang baik akan memberikan kesempatan yang lebih luas bagi manajemen untuk memenuhi kepentingan pemegang saham, karyawan, dan masyarakat serta pemangku kepentingan lainnya. Dengan kata lain bila perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik, maka manajemennya memiliki kemampuan yang besar untuk mengatur alokasi laba guna membiayai program CSR.

Berdasarkan uraian konseptual tersebut, penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

Terdapat hubungan antara kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

III. Metode Penelitian.

Guna memperoleh deskripsi mengenai variabel-variabel yang diteliti, data dikumpulkan dan diukur dalam satu periode (*crossection*) dengan metode survey. Sampel penelitian ditetapkan 20 perusahaan manufaktur dengan pertimbangan tanggal publikasi yang relatif berdekatan, sementara pemilihan perusahaan manufaktur didasarkan kepada karakteristik bisnis yang memiliki risiko/berpotensi menimbulkan kerusakan lingkungan relatif lebih tinggi serta melibatkan tenaga kerja dalam level buruh yang cenderung termarginalkan, serta rentan terhadap pergesekan kepentingan dengan masyarakat sekitarnya.

Variabel yang diteliti adalah : (1) Kinerja Keuangan Perusahaan yang diukur dengan indikator ROI, dan (2) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yang diukur dengan indikator indeks Pengungkapan CSR. Guna memudahkan analisis

data, hasil pengukuran variabel dikonversi terlebih dahulu dengan menentukan rank pada skala pengukuran ordinal.

Analisis data menggunakan Koefisien Korelasi Rank Spearman – r' – dengan uji hipotesis 2 (dua) arah menggunakan *critical value* pada $\alpha = 5\%$ mengikuti tabel batas nilai kritis koefisien korelasi rank dengan hipotesis operasional :

$H_0 : \rho = 0$: Kinerja Keuangan Perusahaan tidak berkorelasi dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

$H_a : \rho \neq 0$: Kinerja Keuangan Perusahaan berkorelasi dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

IV. Hasil Penelitian Dan Pembahasan.

Tingkat pengembalian bersih dari investasi yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang diteliti rata-rata mencapai 12,76%. Hal tersebut menggambarkan bahwa sektor manufaktur memiliki tingkat pengembalian investasi yang relatif tinggi bila dibandingkan dengan portofolio investasi yang lebih konservatif. Dari sisi kepentingan pemilik/pemegang saham tingkat pengembalian investasi mereka jauh diatas rata-rata nilai tersebut, dimana berdasarkan hasil telaah terhadap tingkat pengembalian investasi pemilik rata-rata mencapai 20,66%. Dengan demikian, bisnis yang dimilikinya telah memberikan tingkat kesejahteraan ekonomi yang baik, artinya tanggung jawab perusahaan kepada pemilik/pemegang saham telah terpenuhi. Kondisi tersebut umumnya linear dengan apa yang diperoleh manajemen.

Secara ekonomi, perusahaan-perusahaan yang diteliti umumnya menyerap sumber daya dari luar (masyarakat keuangan) melebihi setengah kemampuan keuangan internal (rata-rata debt ratio-nya mencapai 64,35% atau menyerap dana masyarakat keuangan sekitar Rp 19 triliun per tahun 2007 untuk 20 perusahaan), artinya perusahaan-perusahaan tersebut menyerap sumber daya keuangan dari lingkungan sistemnya dan memaksimalkannya untuk memperoleh keuntungan bersih setelah pajak sekitar Rp 8 triliun.

Keuntungan bersih tersebut digunakan untuk membayar kepentingan pemilik/pemegang saham dalam bentuk deviden, memberikan kesejahteraan manajemen dan karyawan, memupuk modal internal, dan melaksanakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan-perusahaan yang diteliti masih relatif rendah dalam kualitas program

CSR-nya (rata-rata mengungkapkan 22,75% dari total 49 item), dan umumnya masih berorientasi kepada pemenuhan kepentingan pemegang saham, dan internal perusahaan (manajemen dan karyawan), kemudian kepentingan konsumen dan masyarakat umum. Kondisi tersebut dapat dipahami bahwa isu strategis mengenai pentingnya/kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia masih relatif baru dan regulasi mengenai hal tersebut masih terbatas kepada hal-hal yang bersifat umum, terutama yang menyangkut lingkungan. Pandangan Bing Bedjo (2006) menegaskan hal tersebut yaitu bahwa salah satu penyebab lambannya pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tidak adanya instrumen hukum yang komprehensif yang mengatur tanggung jawab sosial perusahaan. Namun demikian dalam perkembangan selanjutnya, tanggung jawab sosial perusahaan semakin mendapatkan perhatian baik dari sudut pandang perusahaan maupun masyarakat umum, hal tersebut ditunjukkan dengan program CSR yang lebih berorientasi untuk memberdayakan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kerjasama dengan organisasi nirlaba, perguruan tinggi, instansi pemerintah, atau media massa.

Pemenuhan kepentingan pemilik/pemegang saham dalam konteks pelaksanaan tanggung jawab sosial terutama berkenaan dengan kepentingan pengendalian perusahaan secara umum, kondisi saham, dan keragaman serta kuantitas lini produk yang dihasilkan termasuk deskripsi produk baru.

Orientasi pemenuhan kepentingan manajemen dan karyawan terutama kepada peningkatan/pengembangan kompetensi sumber daya manusia, dan keselamatan dan kesehatan kerja. Sementara perhatian kepada upaya promosi dan pengembangan karier tenaga kerja relatif masih rendah, termasuk upaya menjalin hubungan manajemen dengan karyawan guna meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja.

Kepentingan konsumen/pelanggan dalam kerangka pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan masih kurang mendapat perhatian baik yang berkaitan dengan pemenuhan standar kualitas produk, maupun layanan dan pemenuhan kepuasan konsumen/pelanggan.

Kontekstual tanggung jawab sosial perusahaan dalam hubungannya dengan masyarakat relatif masih terbatas dalam bentuk sumbangan/donasi (aspek kepedulian sosial dalam perspektif *charity* dan *filantropi*). Sebagian perusahaan sudah memperhatikan aspek pemberdayaan masyarakat dalam bentuk pembinaan/asistensi teknis bagi kelompok KUKM, serta menyediakan fasilitas pendidikan/beasiswa, dan menyokong kegiatan olah raga.

Tanggung jawab perusahaan yang berkenaan dengan kelestarian lingkungan masih terbatas kepada upaya untuk mengurangi/mencegah dampak limbah, polusi, dan kerusakan lingkungan yang diakibatkan aktivitas perusahaan.

Sementara itu, pemenuhan tuntutan pemangku kepentingan lainnya, masih terbatas kepada upaya perusahaan untuk memenuhi tanggungjawab sosialnya dari aspek kepatuhan kepada regulasi pemerintah.

Guna mengetahui derajat korelasional antara kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial perusahaan, di bawah ini disajikan data mengenai kedua variabel yang diteliti, yaitu :

Tabel 4.1.
Rank Order Kinerja Keuangan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

No	Nama Emiten (Kode)	Kinerja Keuangan		Tanggung Jawab Sosial	
		ROI	Rank	Indeks	Rank
1	AO	13,17	14	0,22	11,5
2	CI	5,82	2	0,12	6,5
3	DVL	8,90	8	0,10	3,5
4	FFI	16,29	17	0,24	13
5	GI	7,31	5	0,29	16
6	GT-KI	5,13	1	0,12	6,5
7	IA	7,69	7	0,08	1,5
8	ITP	9,81	9	0,22	11,5
9	KF	13,73	15	0,37	17,5
10	LM	11,71	12	0,10	3,5
11	M-Ind	15,34	16	0,27	14,5
12	MI	7,48	6	0,12	6,5
13	Mk	27,03	19	0,47	19
14	RPG	7,20	4	0,16	9
15	RV	5,93	3	0,08	1,5
16	SG	20,86	18	0,20	10
17	SB	10,41	10	0,12	6,5
18	SIK	13,15	13	0,37	17,5
19	UI	36,79	20	0,63	20
20	UT	11,48	11	0,27	14,5

Sumber : IDX (2011) diolah

Dengan menerapkan asumsi tidak terdapat parameter populasi yang berarti tidak perlu menguji distribusi harga-harga variabel yang diteliti, diperoleh koefisien rank spearman – r' – sebesar 0,6365. Nilai koefisien tersebut tidak mendekati limit nol yang berarti terdapat hubungan antara kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial. Dengan menggunakan klasifikasi koefisien korelasi dari Sugiono (2006) dapat diterangkan bahwa derajat korelasional antara kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial termasuk kuat dan bersifat searah.

Guna menguji hipotesis penelitian, koefisien korelasi rank spearman – r' – tersebut dibandingkan dengan *critical value* pada taraf nyata 5%, yaitu r'_{tabel} 0,377.

Ternyata $r'_{\text{statistik}} > r'_{\text{tabel}}$ yang berarti bahwa koefisien korelasi rank spearman tersebut memiliki makna.

Dengan demikian terdapat kesesuaian antara kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial, dimana bila kinerja keuangan perusahaan meningkat yang berarti perusahaan memiliki tingkat keuntungan yang tinggi dari investasinya maka ada kecenderungan perusahaan mampu melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan ruang lingkup yang lebih luas karena perusahaan memiliki kemampuan untuk menyisihkan sebagian keuntungannya dalam jumlah yang memadai untuk membiayai program CSR-nya. Sebaliknya, bila perusahaan mampu melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan baik, konsisten dan berkelanjutan, maka perusahaan akan diuntungkan dengan meningkatnya citra perusahaan yang akan berdampak kepada loyalitas pelanggan/potensi pelanggan dalam menggunakan produk perusahaan. Pemikiran tersebut sejalan dengan yang diungkapkan oleh Bing Bedjo (2006) bahwa citra perusahaan yang buruk dan sering dimunculkan di media massa, jelas tidak mendukung kelancaran operasional perusahaan dan bersifat kontra-produktif terhadap upaya peningkatan produktivitas dan keuntungan. Hal tersebut dapat dipahami karena salah satu item dari tanggung jawab sosial adalah upaya perusahaan untuk memenuhi kepentingan konsumen/pelanggan yaitu dalam hal standar kualitas produk, layanan dan kepuasan konsumen/pelanggan. Pada akhirnya dalam jangka panjang perusahaan akan memperoleh keuntungan dari aspek kinerja keuangan.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan konsep bahwa kemampuan perusahaan dalam membiayai tanggung jawab sosialnya salah satunya bergantung kepada kinerja keuangannya. Aspek normatifnya terkandung dalam SK Menteri BUMN No KEP-236/MBU/2003 seperti disebutkan pada uraian teoritis di atas. Dari sudut pandang yang lain Bing Bedjo (2006) mengemukakan bahwa perusahaan-perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosialnya akan memperoleh keuntungan komersial, mengangkat reputasi perusahaan dimata publik dan pemerintah.

Berdasarkan nilai koefisien korelasi rank spearman yang tidak mendekati limit nol ataupun satu, menunjukkan bahwa kinerja keuangan bukanlah merupakan satu-satunya faktor penentu untuk menetapkan besarnya anggaran pembiayaan program CSR, dan program CSR yang dijalankan oleh perusahaan tidak selalu diarahkan untuk kepentingan bisnis dalam jangka panjang. secara konseptual ditegaskan berdasarkan teori Archie B. Carrol yang dikutip oleh Bing Bedjo (2006)

bahwa prinsip tanggung jawab sosial yaitu *triple bottom lines* yang terdiri dari *profit*, *people*, dan *planet* harus dipandang sebagai satu kesatuan

V. Penutup

Berdasarkan uraian pada bagian di atas, dapat disimpulkan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab ganda yaitu memenuhi kepentingan internal (pemilik/pemegang saham, dan manajemen/karyawan) dan memenuhi tuntutan eksternal (pelestarian lingkungan dan pemangku kepentingan).

Guna memenuhi tanggung jawab tersebut, perusahaan dituntut untuk memiliki kinerja keuangan yang baik dan menyeimbangkannya dengan kepedulian sosial dan pelestarian lingkungan yang merupakan tanggung jawab sosial perusahaan. Kinerja keuangan yang baik diperlukan agar perusahaan memiliki keleluasaan dalam penganggaran program CSR, sehingga tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilaksanakan dengan ruang lingkup yang lebih luas dan konsisten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum, tanggung jawab sosial perusahaan masih dalam tahap memperhatikan kepentingan pemilik/pemegang saham, baru kemudian kepentingan manajemen/karyawan, konsumen/pelanggan, lingkungan dan pemerintah. Namun demikian, perusahaan-perusahaan besar dengan kinerja keuangan yang baik, mulai memberikan perhatian yang cukup besar untuk mengembangkan pendidikan melalui program beasiswa pendidikan bagi generasi muda atau pendampingan/asistensi teknis bagi KUKM. Umumnya perusahaan-perusahaan yang telah melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaannya memiliki citra dan reputasi yang baik karena disamping menghasilkan produk yang berkualitas dan ramah lingkungan, juga ikut serta dalam membangun dan memberdayakan masyarakat. Dalam jangka panjang, reputasi demikian akan menguntungkan posisi perusahaan di tengah-tengah lingkungan sistemnya terutama dalam meraih kepercayaan investor, lembaga keuangan, masyarakat, serta loyalitas pelanggan, disamping *positioning* perusahaan diantara pesaingnya.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat korelasional antara kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial, namun kinerja keuangan bukanlah satu-satunya faktor yang menentukan besaran anggaran untuk melaksanakan tanggung jawab sosial, dan sebaliknya tanggung jawab sosial dilaksanakan oleh perusahaan bukan semata-mata mencari keuntungan bisnis, melainkan sebagai bentuk

kepedulian sosial dan lingkungan yang tidak hanya bersifat *voluntary* melainkan juga bersifat *mandatory*.

Referensi :

- Bing Bedjo Tanudjaja. 2006. Perkembangan *Corporate Social Responsibility* Di Indonesia. Jurnal Nirmana Vol 8 No 2 Juli 2006, hal 92-98.
- Bursa Efek Indonesia. 2011. *Indonesian Capital Market Directory 2010*. pada www.idx.co.id/directory-2010.
- D'Amato, Alessia, and Sybil Henderson, and Sue Florence. 2009. *Corporate Social Responsibility and Sustainable Business ; Guide to Leadership Tasks and Functions*. Center for Creative Leadership. Nort Carolina.
- Edi Suharto. 2008. *Corporate social Responsibility ; What is and Benefits for Corporate*. Disampaikan pada Seminar Corporate Social Responsibility, Jakarta, tanggal 13 dan 14 Pebruari 2008.
- _____, 2009. *Pekerjaan Sosial Di Dunia Industri ; Memperkuat CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung, Penerbit : Alfabeta.
- Hitchner, James R. 2011. *Financial Valuation ; Applications and Models, 3rd edt*. Penerbit : Jhon Wiley & Sons Inc., Hoboken, New Jersey – USA.
- Ismail Solihin. 2009. *Corporate Social Responsibility ; from Charity to Sustainability*. Jakarta. Penerbit : Salemba Empat.
- Jonker, Jan, and Marco de Witte (editors). 2006. *Management Models for Corporate Social Responsibility*. Springer – Berlin.
- Kementerian BUMN RI. 2003. Keputusan Menteri BUMN Republik Indonesia No Kep 236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).
- Noviyanti. 2009. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR. Studi pada Perusahaan Go Publik di BEI. FE – UNPAD.
- Ratih Pratidina. 2010. Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Survey pada Beberapa Perusahaan Manufaktur Yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia. Fakultas Ekonomi UNSIL.
- Republik Indonesia. 2007. Undang Undang Republik Indonesia No 40 Tanggal 27 Juli Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Sugiono. 2006. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung. Penerbit : Alfabeta
- Werther, Willian B., Jr., and David Chandler. 2011. *Strategic Corporate Social Responsibility ; Stakeholders in a Global Environment, 2nd edt*. Penerbit : SAGE Publications Inc., California – USA.
- Wineberg, Danette, and Phillip H. Rudolph. 2004. *Corporate Social Responsibility ; What Every In House Counsel Should Know*. ACC Docket.