

PENGARUH BIAYA SOSIAL DAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN KINERJA SOSIAL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Meti Puspa Indah

E-mail: metipuspaindah@yahoo.com

ABSTRACT

This is an exploratory study designed to investigate the effect of social cost (measured by CSR allocation) and CSR Disclosure (measured by CDI); on financial performance (measured by ROE); with social performance (measured by Corporate Image Index) as an intervening variable. Grand theory of the research are stakeholder and legitimacy theory. Sampling is based on certain criterion. Those criteria are Public Listed Companies that are publicly listed at the Indonesian Stock Exchange; State Owned Enterprises(Companies that are owned by the state but shares are not listed at the Indonesian Stock Exchange. Those companies are participated in Indonesian Sustainability Reporting Award, Corporate Image Award, Indonesian CSR Award. Samples used in the study was 34 companies. Data collection procedure uses content analysis from Sustainability Report and/or Annual Report period of 2009 to 2011. Data was processed with SEM that enables simultaneous data processing with mediating variable. AMOS is used to test the hypothesis. There are several important results. First, social cost have positive influence to CSR disclosure. Second, social cost have positive influence to social performance. Third, social cost does not significantly affect the financial performance. Fourth, the test results does not show that the social cost of an indirect effect on the financial performance through the CSR disclosure. Fifth, the test results showed that the social cost has

an indirect effect on the financial performance through the social performance.

Keywords: social cost, CSR Disclosure Index, social performance, corporate image index, financial performance, return on equity, Indonesian sustainability reporting award, corporate image award, Indonesian CSR award

JEL Classification: M14

PENDAHULUAN

Gagasan *Corporate Social Responsibility* (CSR) muncul dari kritikan seorang akademisi, Howard Rothmann Bowen dalam tulisannya *Social Responsibility of the Businessman* (1953). Keberadaan CSR bukan karena diwajibkan oleh pemerintah, melainkan merupakan komitmen yang lahir dalam konteks etika bisnis agar sejahtera bersama berdasarkan prinsip kepastan sesuai nilai dan kebutuhan masyarakat. CSR dianggap sebagai bagian dari praktik bisnis yang ideal, yang melekat pada program perusahaan tanpa harus ada tekanan dari pemerintah. Pemerintah Indonesia melalui Undang-Undang No. 40/ 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Surat Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara KEP-04/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha

Kecil dan Program Bina Lingkungan, mewajibkan implementasi CSR meskipun dengan istilah berbeda. Keberadaan perusahaan di tengah masyarakat menimbulkan berbagai persoalan, seperti polusi udara, keracunan, kebisingan, diskriminasi, pemaksaan, dan dampak negatif lainnya. Perusahaan melakukan investasi pada sektor ramah lingkungan, menjaga keseimbangan eksploitasi, pengolahan limbah, menaikkan biaya sosial, serta cara lain guna menjaga keseimbangan lingkungan (Memed, 2001). Permasalahan sosial dan lingkungan akibat keberadaan perusahaan masih tinggi, sementara perusahaan telah melakukan serangkaian tindakan CSR melalui berbagai biaya sosial. Kesenjangan antara kenyataan dengan harapan atas pelaksanaan CSR, dipicu oleh beberapa faktor, yaitu 1) efektifitas biaya sosial terhadap atensi dan legitimasi *stakeholders*; 2) efektifitas ketercapaian motif ekonomi dan sosial pelaksanaan CSR; dan 3) efektifitas keterbukaan informasi pada *stakeholders*.

Pemahaman mengenai pelaksanaan CSR, berbeda antara perusahaan dengan masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan sosialisasi pada berbagai laporan perusahaan, agar terjadi pemahaman CSR secara simetris. Perusahaan mengungkapkan aktivitas sosial yang telah dilakukan untuk meningkatkan legitimasi *stakeholders* terhadap perusahaan. Pengungkapan CSR mengandung informasi yang mendukung transaksi dan investasi di pasar modal. Pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja sosial dan keuangan perusahaan, menjadi media pendukung pengambilan keputusan investor. Kesadaran melakukan pengungkapan CSR karena pertimbangan efektifitas CSR dalam membangun reputasi di mata *stakeholders*.

Penelitian ini akan menguji apakah biaya sosial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, kinerja sosial, kinerja keuangan, serta apakah pengaruh biaya sosial terhadap kinerja keuangan dimediasi oleh pengungkapan CSR atau kinerja sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi, antara lain: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian akuntansi, menegaskan pentingnya transparansi dan akuntabilitas atas pelaksanaan CSR dan mendapat dukungan untuk meningkatkan kualitas global atas pengungkapan CSR, kontribusi pemikiran kepada investor atau calon investor, kontribusi pemikiran kepada

para kreditur, perubahan dalam kerangka regulasi, serta memantau pelaksanaan agar semakin sesuai dengan tujuan pembangunan berkelanjutan. meningkatkan kesadaran masyarakat untuk secara aktif dan proaktif terlibat dalam diskusi, pengawasan, dan evaluasi praktik CSR di Indonesia melalui forum, asosiasi, komunitas, lembaga sosial, dan organisasi lainnya.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Organisasi hanya dapat bertahan apabila masyarakat merasa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sama dengan sistem nilai masyarakat (Gray, 2002). Legitimasi akan diperoleh jika ada kesamaan antara aktifitas perusahaan dengan harapan masyarakat, sehingga tidak ada tuntutan dari masyarakat. Perusahaan melakukan pengorbanan sosial sebagai wujud perhatian terhadap masyarakat (Deegan *et al.*, 2002). Keberadaan perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh masyarakat sekitar perusahaan, baik langsung maupun tidak langsung (Luk *et al.*, 2005). Legitimasi merupakan sesuatu yang diberikan masyarakat terhadap perusahaan dan sesuatu yang dibutuhkan perusahaan. Ketidaksesuaian nilai perusahaan dengan nilai masyarakat memunculkan celah legitimasi, sehingga dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menjaga kontinuitas usaha.

Komitmen perusahaan menyeimbangkan beragam kepentingan *stakeholders* berdasarkan prinsip ekonomi, sosial, lingkungan. Jenis dan prioritas *stakeholders* tergantung inti bisnis perusahaan yang bersangkutan. Bidang kegiatan CSR dikelompokkan menjadi lima, yaitu sosial, ekonomi, lingkungan, kombinasi dua bidang, dan kombinasi tiga bidang. Pengungkapan CSR merupakan proses komunikasi mengenai dampak sosial lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggungjawab perusahaan, di luar peran untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal (pemegang saham). Undang-Undang PT No. 40/2007 pasal 66 ayat (2) mengatur bahwa laporan keuangan yang terdiri atas sekurang-kurangnya neraca akhir tahun buku yang baru lampau dalam perbandingan dengan tahun buku sebelumnya, laporan laba rugi dari tahun buku yang bersangkutan, laporan arus kas, dan laporan perubahan

ekuitas, serta catatan atas laporan keuangan.

Perusahaan dapat menyajikan laporan tambahan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri di mana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Pengungkapan CSR mengandung motif ekonomi, yaitu peningkatan kinerja keuangan perusahaan serta motif sosial, yaitu peningkatan informasi atas peran dan fungsi perusahaan bagi lingkungan dan masyarakat sehingga mengurangi kesalahpahaman. Pengungkapan CSR menggunakan laporan tahunan sebagai dokumen penting sebagai metode bagi sebuah organisasi untuk membangun sendiri reputasi sosial kepada semua para *stakeholders* (Gray, 2002). Laporan tahunan merupakan metode efektif untuk mengelola kesan eksternal karena laporan tahunan dipertimbangkan untuk menguasai kredibilitas yang tidak berhubungan dengan media komunikasi perusahaan yang lain.

Pelaporan keberlanjutan merupakan konsep pelaporan CSR yang digagas *Global Reporting Initiative* (GRI) sesuai metode *triple bottom line*, yang tidak hanya melaporkan sesuatu yang diukur dari sudut pandang ekonomi saja, namun juga dari sudut pandang sosial dan lingkungan. Perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan, praktik tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggungjawab produk. Sebagai bentuk apresiasi terhadap perusahaan yang telah menyelenggarakan *sustainability report*, baik yang diterbitkan secara terpisah maupun terintegrasi dalam *annual report*, Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dan *National Center for Sustainability Reporting* (NCSR), mengadakan sebuah *event* penghargaan *Indonesia Sustainability Reporting Award* (ISRA). Penghargaan diberikan kepada perusahaan yang telah membuat pelaporan atas kegiatan yang menyangkut aspek lingkungan dan sosial disamping aspek ekonomi untuk memelihara keberlanjutan perusahaan itu sendiri. NCSR merupakan organisasi independen, yang beranggotakan *Indonesian- Netherlands Association* (INA), *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI), dan Asosiasi Emiten Indonesia (AEI), memiliki visi dan komitmen dalam menerapkan dan mengembangkan pelaporan berkelanjutan pada perusahaan di Indonesia.

Tujuan NCSR menyelenggarakan ISRA, antara lain memberikan pengakuan terhadap organisasi yang melaporkan informasi mengenai lingkungan, sosial, dan informasi keberlanjutan terintegrasi; mendukung pelaporan di bidang lingkungan, sosial, dan keberlanjutan; meningkatkan akuntabilitas perusahaan dengan menekankan tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan utama; meningkatkan kesadaran perusahaan terhadap transparansi dan pengungkapan. GRI merupakan jaringan berbasis organisasi yang memelopori penggunaan kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen untuk melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Kategori pemenang ISRA dibagi menjadi 4 grup industri, yaitu grup A (Pertanian, Pertambangan, Industri Dasar dan Kimia); grup B (Properti, Aneka Industri, Industri Barang Konsumsi); grup C (Keuangan, Infrastruktur, Utilitas, Transportasi, Perdagangan, Jasa Investasi); grup D (Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), Institusi Pemerintah termasuk Pemerintah Daerah, Asosiasi Profesi, Perguruan Tinggi, Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Koperasi. Partisipasi dalam ISRA mendorong perusahaan meningkatkan kualitas komunikasi kepada *stakeholders*. Peserta ISRA terbagi dalam tiga kategori, yaitu: perusahaan publik, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), perusahaan investasi nasional atau asing.

Sebagai bentuk apresiasi terhadap perusahaan yang memiliki image terbaik yang berhasil dipelihara oleh manajemen perusahaan, *Frontier Consulting Group* bersama dengan majalah *Bloomberg Business Week*, mengadakan sebuah *event* penghargaan *Corporate Image Award* (CIA), sebelumnya dikenal dengan nama IMAC (*Indonesia Most Admired Companies*). CII diberikan atas dasar survei terhadap empat kelompok responden, yaitu manajemen, investor, jurnalis, masyarakat. *Corporate Image Index* (CII) didapat dari rata-rata terbobot keempat dimensi penilaian, yaitu kualitas; performa; tanggungjawab sosial; daya tarik. Sebagai bentuk apresiasi terhadap perusahaan yang aktif dalam pelaksanaan CSR di Indonesia, pada tahun 2005, *Corporate Forum for Community Development* (CFCD) bersama dengan Kementerian Sosial, Kementerian Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat, Kementerian Negara Badan Usaha Milik Negara, Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, Kementerian Negara Lingkungan Hidup, Kementerian Negara Perumahan Rakyat, Ke-

menterian Negara Percepatan Pembangunan Daerah Tertinggal, menyelenggarakan *Indonesia CSR Awards* (ICA). CFCD merupakan organisasi independen yang dibentuk pada tahun 2002, dengan tujuan membangun pembelajaran CSR menjadi kesadaran bagi perusahaan Indonesia. Banyak perusahaan yang terperangkap antara kepentingan perusahaan dengan kebijakan pemerintah, *stakeholders*, dan masyarakat, yang mengganggu dan berpengaruh pada kinerja operasional perusahaan. Kinerja perusahaan merupakan ukuran yang digunakan entitas untuk mengukur keberhasilan dalam menghasilkan laba dan kemampuan perusahaan untuk menjelaskan kegiatannya, sekaligus mencerminkan kemampuan mengelola dan mengalokasikan sumber daya perusahaan. Kinerja perusahaan dihasilkan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan sebelumnya. Penilaian kinerja menentukan efektivitas operasional organisasi berdasarkan sasaran, standar, dan kinerja yang telah ditentukan. Penilaian kinerja untuk menekan perilaku yang tidak semestinya dan untuk menegakkan perilaku yang semestinya melalui *reward*. Manajer selaku pihak internal perusahaan dan analisis selaku pihak eksternal perusahaan, menegaskan bahwa rasio keuangan sangat berguna untuk mengukur kinerja perusahaan. Para manajer dan analis menggunakannya untuk mengukur dan melacak kinerja perusahaan selama periode tertentu. Berikut ini empat rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan, meliputi:

Luk *et al.* (2005) menyatakan bahwa keberpihakan perusahaan melalui berbagai pengeluaran dapat meningkatkan kinerja keuangan (ROE). Memed (2001) memberikan bukti empiris bahwa keberpihakan terhadap *stakeholders* bermanfaat bagi perusahaan yaitu meningkatkan kinerja keuangan yang diproksikan ROA, ROE, dan harga saham. Adam (2002) menyatakan bahwa pengungkapan sosial membangun legitimasi *stakeholders* terhadap perusahaan dan ada keterkaitan antara keterbukaan sosial dengan kinerja keuangan. Upaya yang perlu dilakukan perusahaan guna mempertahankan legitimasi dan transaksi *stakeholders*, baik di pasar komoditas maupun pasar ekuitas, adalah pelaksanaan CSR yang diungkapkan secara luas oleh perusahaan.

Luk *et al.* (2005) juga menjelaskan bahwa perusahaan yang berorientasi pada pelanggan dan karyawan memiliki kinerja keuangan yang baik. Keberpihakan

perusahaan terhadap pelanggan dan karyawan akan meningkatkan legitimasi *stakeholders*. Legitimasi *stakeholders* akan meningkatkan kinerja sosial, yang ditunjukkan dengan menurunnya klaim *stakeholders* terhadap perusahaan terkait berbagai dampak negatif lingkungan. Peningkatan kinerja sosial akan mendukung transaksi bisnis, sehingga perusahaan akan mengalami peningkatan kinerja keuangan.

Biaya sosial berpengaruh positif terhadap kinerja sosial perusahaan (Johnson, 2004). Kinerja sosial diukur berdasarkan skor *Corporate Image Index* (CII) sebagai rata-rata tertimbang dari empat dimensi pengukuran, yaitu kualitas, performa, tanggung jawab sosial, dan daya tarik. Perusahaan dengan predikat *Corporate Image Excellent* (CIE) memiliki skor CII yang tinggi di atas rata-rata industri. Semakin besar alokasi biaya sosial, semakin tinggi skor CII perusahaan.

Biaya sosial berpengaruh positif terhadap tingkat kinerja keuangan suatu perusahaan (Luk *et al.*, 2005 dan Memed, 2001). *Stakeholders* memberikan apresiasi tinggi bagi perusahaan yang terlibat dalam kegiatan CSR, dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan CSR. Apresiasi *stakeholders* berdampak positif bagi perusahaan, yaitu: efisiensi operasional; akses ke modal; merk dan reputasi; manajemen risiko; dan inovasi.

Pengungkapan CSR memediasi pengaruh biaya sosial terhadap kinerja keuangan (Adam, 2002). Keberpihakan perusahaan terhadap masalah sosial dan lingkungan yang diungkapkan dalam laporan keuangan, serta merta meningkatkan atensi *stakeholders*. Biaya sosial sebagai perwujudan tanggungjawab sosial dan lingkungan, memiliki muatan strategis dalam peningkatan kinerja sosial, jika terkomunikasikan dengan tepat kepada *stakeholders*. Transparansi akan membangun *image* positif. *Image* positif akan disrespon secara positif oleh *stakeholders*. Respon positif tersebut dapat dilihat pada fluktuasi harga saham yang semakin naik dari periode ke periode. Kenaikan harga saham akan meningkatkan return perusahaan. Semakin besar alokasi biaya sosial perusahaan, maka semakin luas tingkat pengungkapan CSR, sehingga semakin tinggi tingkat kinerja keuangan yang dicapai oleh suatu perusahaan, profitabilitas (ROE).

Kinerja sosial memediasi pengaruh biaya sosial terhadap kinerja keuangan perusahaan (Luk *et al.*, 2005; Adam, 2002; Subroto, 2002). Alokasi biaya

sosial memiliki konsekuensi sosial dan ekonomi, yaitu: peningkatan kepercayaan masyarakat; kenaikan nilai transaksi; penurunan tuntutan regulasi; penurunan konflik lembaga swadaya masyarakat. Perusahaan dengan predikat CIE merupakan perusahaan yang memiliki skor CII di atas rata-rata industri. Perusahaan tersebut adalah perusahaan yang kredibel dan profitabel, serta cukup dikenal oleh masyarakat, namun tidak mengorbankan kepentingan *stakeholders*. Berdasarkan penjelasan tersebut, disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Biaya sosial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
- H2: Biaya sosial berpengaruh positif terhadap kinerja sosial.
- H3: Biaya sosial berpengaruh positif terhadap kinerja sosial.
- H4: Pengungkapan CSR memediasi pengaruh biaya sosial terhadap kinerja keuangan.
- H5: Kinerja sosial memediasi pengaruh biaya sosial terhadap kinerja keuangan.

Penelitian dilakukan pada laporan keberlanjutan dan laporan tahunan dari perusahaan publik dan BUMN yang terdaftar dalam tiga ajang penghargaan CSR terkemuka di Indonesia, yaitu CIA, ICA, dan

ISRA. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *judgement sampling*, dengan mengambil sampel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan maksud dan tujuan penelitian selama periode penelitian. Perusahaan publik tercatat di BEI dan BUMN yang sahamnya tidak tercatat di BEI (2009-2011), menjadi peserta ISRA, CIA, ICA, dan mengungkapkan CSR dalam laporan keberlanjutan atau laporan tahunan periode 2009-2011. Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan, yang dipublikasikan di *website* perusahaan, www.nCSR-id.org, www.idx.co.id. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui studi dokumentasi.

Tabel 1 menunjukkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi variabel independen berupa biaya sosial yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan berdasarkan pengukuran biaya sosial menurut Peraturan Pemerintah No. 22/2008, bahwa alokasi atas investasi modal perusahaan 2% dari laba untuk implementasi program CSR. Biaya CSR dimasukkan dalam cost recovery, yang dibatasi 25% dari gross revenue. Penelitian ini menguji pengaruh kinerja sosial sebagai variabel mediasi yang diukur berdasar-

Tabel 1
Variabel Penelitian

No.	Pengukuran Variabel	Keterangan
1	Biaya Sosial (BS) $BS = 0,02x(25\% \times \text{gross profit})$	Alokasi dana perusahaan terkait isu CSR berdasarkan PP No.22/2008
2	Pengungkapan Sosial (PS) $CDI = \sum \frac{X}{n}$	Indeks pengungkapan CSR dalam laporan keberlanjutan (GRI) '1' mengungkapkan, '0' tidak
3	Kinerja Sosial (KS) $CII = \text{weighted average QPCA}$ $\omega = 0,5 M + 0,2i + 0.2 J + 0,1 U$	Indeks image perusahaan berdasarkan rata-rata terboboti dimensi Quality (Q), Performance (P), CSR (C), Attractive (A).
4	Kinerja Keuangan (KK) $ROE = \frac{\text{Laba}}{\text{Ekuitas}}$	Rasio profitabilitas yang menggambarkan kemampuan bagi hasil investasi.

Keterangan:

- CDI : CSR Disclosure Index
- GRI : Global Reporting Initiative
- CII : Corporate Image Index
- Bobot : 50% Manager, 20% Investor, 20% Jurnalis, 10% Umum

kan CII, yaitu indeks image perusahaan yang diperoleh berdasarkan survei terhadap 2.480 responden, meliputi 320 manager di Jakarta, 240 investor di Jakarta, 240 jurnalis di Jakarta, 640 masyarakat di Jakarta, 640 masyarakat di Surabaya, dan 400 masyarakat di Medan.

HASIL PENELITIAN

Tabel 2 menunjukkan hasil content analysis pengungkapan CSR dalam laporan keberlanjutan dari 34 perusahaan total 2.283 item, nilai rata-rata 67 item (79). Analisis pengungkapan CSR menghasilkan indeks tertinggi 1,00 (100%), artinya 35 item (79) telah diungkapkan dalam laporan keberlanjutan Adaro Indonesia (ADRO); Aneka Tambang (ANTM); Astra Agro Lestari (AALI); Adhi Karya (ADHI), United Tractor (UNTR). Indeks pengungkapan CSR terendah 0,51 (51%), hanya 35 item (79), yang diungkapkan dalam laporan keberlanjutan, oleh Bank CIMB Niaga.

Tabel 2
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Mean	Var	Range	Max	Min
BS	102	2,13	0,07	1,37	2,49	1,12
PS	102	0,85	0,01	0,43	1,00	0,57
KS	102	0,29	0,01	0,16	0,36	0,21
KK	102	0,21	0,03	0,87	0,89	0,02

Sumber: Data sekunder, diolah.

Tabel 3 menunjukkan jumlah pengungkapan tertinggi di bidang sosial sebesar 43%, yaitu 35 dari 79 item pengungkapan. Pengungkapan di bidang sosial, meliputi bidang tenaga kerja (12%), hak asasi manusia (10%), sosial (9%), dan produk (10%). Pengungkapan bidang lingkungan sebesar 32%, artinya terdapat 24 item dari total 79 item yang diungkapkan dalam laporan keberlanjutan. Pengungkapan bidang ekonomi merupakan pengungkapan terendah dengan persentase sebesar 10%, artinya hanya 8 item (79) yang diungkapkan dalam laporan keberlanjutan.

Kinerja sosial diproksi CII, menghasilkan rata-rata sebesar 1,33. Skor CII memiliki varians yang tinggi pada rentang 0,16. Skor CII tertinggi sebesar 0,36 dicapai oleh Unilever (UNVR), sementara Skor CII terendah sebesar 0,21 dicapai oleh Adaro (ADRO). Skor CII menunjukkan tingkat reputasi perusahaan di mata stakeholders, baik internal maupun eksternal (manager, investor, masyarakat, jurnalis). Penilaian berdasarkan 4 dimensi, yaitu kualitas, performa, CSR, dan daya tarik perusahaan. Perusahaan yang memiliki skor CII terbesar di industrinya, menyandang predikat CIE.

Kinerja keuangan (ROE) menunjukkan nilai rata-rata 0,21, ROE memiliki variance tinggi, dengan rentang 0,89. ROE tertinggi sebesar 0,89 pada Unilever (UNVR), sedangkan ROE terendah sebesar 0,02 pada Bank Negara Indonesia (BBNI). Keadaan ini dipandang wajar karena kemampuan perusahaan dalam mencapai ROE berbeda, tergantung tingkat

Tabel 3
Hasil Pengungkapan CSR

No.	Indikator	GRI	%	N	%	n	%
1	Ekonomi	9	11	260	10	8	10
2	Lingkungan	30	38	866	32	24	32
3	Tenaga Kerja	14	19	405	14	12	14
	Hak Asasi Manusia	9	11	260	10	8	10
	Sosial	8	10	232	9	7	9
	Produk	9	11	260	10	8	10
	Total	79	100	2.283	85	67	85

Sumber: Data sekunder, diolah.

profitabilitas masing-masing perusahaan.

Setelah model dianalisis faktor konfirmatori dan dilakukan komposit sehingga diperoleh single multi-item indicators, selanjutnya analisis SEM yang mensyaratkan dipenuhi asumsi normalitas. Output SEM (Bagan 3) menghasilkan C.R. kurtosis 1,67 < 1,96, maka distribusi data adalah normal multivariate. Nilai determinan matrik kovarians hasil Amos 44.540, maka model bebas multikolinearitas dan singularitas.

Tabel 4
Hasil Uji Asumsi Fit

ABSOLUTE FIT	NILAI FIT	HASIL	KET
Chi-square	kecil	0,091	FIT
Prob	> 0,05	0,763	FIT
GFI	> 0,90	1,000	FIT
RMR	< 0,08	0,04	FIT
RMSEA	< 0,08	0,04	FIT
INCREMENTAL FIT			
AGFI	> 0,90	0,997	FIT
NFI	> 0,90	0,997	FIT
CFI	> 0,90	1,000	FIT
TLI	> 0,90	1,269	FIT
PARSIMONIOUS FIT			
CMIN/DF	1-2	0,091	FIT

Sumber: Data sekunder, diolah.

Output SEM pada Tabel 4 menunjukkan nilai absolute fit dengan goodness of fit yang baik. Pengujian dapat dilakukan dengan model yang ada. Nilai GFI 1,00 memenuhi kriteria karena > 0,9. Hal ini menunjukkan adanya kesesuaian model. Nilai RMR 0,04 dan RMSEA 0,00 memenuhi kriteria penerimaan model karena < 0,08. Nilai incremental fit menghasilkan nilai NFI 0,997 dan nilai CFI sebesar 1,00 memenuhi batas 0,9. Ukuran incremental fit menghasilkan nilai AGFI (Adjusted Goodness of Fit) 0,997 > 0,9. Ukuran parsimonious fit 0,091, Setelah asumsi fit terpenuhi, kemudian menentukan estimasi nilai parameter untuk mengetahui diterima atau ditolaknya hipotesis penelitian. Hasil uji estimasi nilai parameter dengan AMOS dinyatakan dalam Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5 menunjukkan hasil pengujian pengaruh signifikan pada alpha 0,05, yaitu biaya sosial terhadap pengungkapan CSR, biaya sosial terhadap kinerja sosial, pengungkapan CSR terhadap kinerja sosial, kinerja sosial terhadap kinerja keuangan. Pengaruh tidak signifikan pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan. Penelitian ini menguji hipotesis pengaruh langsung dan tidak langsung variabel endogenus terhadap eksogenus. Hasil pengujian hipotesis ditunjukkan dalam Tabel 6:

Tabel 5
Hasil Uji Estimasi Nilai Parameter

Pengaruh Variabel	Unstandardized				Stand. Estimate	Hasil
	Estimate	S.E.	C.R.	P		
CSRD < --- BIAYA	,314	,117	2,694	,007	,223	sig.
IMAGE < --- BIAYA	,139	,063	2,214	,027	,200	sig.
IMAGE < ---CSRD	,115	,045	2,568	,010	,232	sig.
ROE < --- IMAGE	,309	,153	2,015	,044	,215	sig.
ROE < --- CSRD	,001	,070	,009	,993	,001	-
BS < --- BIAYA	,840				,954	
PS < --- CSRD	,725				,953	
KK < --- ROE	,556				,851	
KS < --- IMAGE	1,003				,880	

Sumber: Data sekunder, diolah.

Tabel 6
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Deskripsi Hipotesis	cut-off	Nilai	Ket
H1	Biaya sosial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.	0,007	0,223	Diterima
H2	Biaya sosial berpengaruh positif terhadap kinerja sosial perusahaan.	0,027	0,200	Diterima
H3	Biaya sosial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.	0,997	0,001	Ditolak
H4	Pengungkapan CSR memediasi pengaruh biaya sosial terhadap kinerja keuangan.	0,007	0,993	Ditolak
H5	Kinerja sosial memediasi pengaruh biaya sosial terhadap kinerja keuangan.	0,027	0,044	Diterima

Sumber: Data sekunder, diolah.

PEMBAHASAN

Hipotesis pertama yang diuji dalam penelitian ini menyatakan bahwa biaya sosial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Output SEM dengan bantuan AMOS menghasilkan nilai probabilitas sebesar 0,007 berada di bawah cut-off ($p\text{-value} < 0,05$), maka hipotesis diterima. Semakin besar alokasi biaya sosial, semakin luas pengungkapan CSR. Hipotesis kedua yang diuji dalam penelitian ini menyatakan bahwa biaya sosial berpengaruh positif terhadap kinerja sosial. Output SEM dengan program AMOS menghasilkan nilai probabilitas sebesar 0,027 berada di bawah cut-off ($p\text{-value} < 0,05$), maka hipotesis diterima. Artinya biaya sosial berpengaruh positif terhadap kinerja sosial. Semakin besar alokasi biaya sosial, semakin tinggi indeks image perusahaan (CII).

Hipotesis ketiga yang diuji dalam penelitian menyatakan bahwa biaya sosial berpengaruh positif terhadap kinerja sosial. Output SEM dengan program AMOS menghasilkan nilai probabilitas sebesar 0,48 berada di atas cut-off. Karena $p\text{-value} > 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis keempat yang diuji dalam penelitian ini menyatakan bahwa pengungkapan CSR memediasi pengaruh biaya sosial terhadap kinerja keuangan. Output SEM dengan program AMOS menghasilkan nilai probabilitas pengaruh biaya sosial terhadap pengungkapan CSR sebesar 0,007 berada

di bawah cut-off ($p\text{-value} < 0,05$), artinya terdapat pengaruh signifikan biaya sosial terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan, pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan menghasilkan nilai probabilitas 0,993, berada di atas cut-off. Karena $p\text{-value} > 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti bahwa pengungkapan CSR tidak memediasi pengaruh biaya sosial terhadap ROE (kinerja keuangan).

Hipotesis kelima yang diuji dalam penelitian ini menyatakan bahwa kinerja sosial memediasi pengaruh biaya sosial terhadap kinerja keuangan. Output SEM dengan program AMOS menghasilkan nilai probabilitas pengaruh biaya sosial terhadap kinerja sosial sebesar 0,027, berada di bawah cut-off. Karena $p\text{-value} < 0,05$, maka hipotesis diterima, terdapat pengaruh signifikan biaya sosial terhadap kinerja sosial. Demikian juga, nilai probabilitas pengaruh kinerja sosial terhadap kinerja keuangan sebesar 0,044, berada di bawah cut-off. Karena $p\text{-value} < 0,05$, maka hipotesis diterima. Keberadaan perusahaan di tengah lingkungan masyarakat bersifat saling mempengaruhi. Kesenjangan legitimasi dapat dieliminasi dengan strategi CSR. Efektifitas biaya sosial membutuhkan ketepatan esensi, cakupan, strategi, dan ketetapan pembebanan.

Persoalan paling kritis dalam CSR seperti terdapat dalam pasal 7 Undang-Undang PT No. 40/2007, Perseroan yang melakukan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam

wajib melakukan CSR dan lingkungan. adalah masalah audit lingkungan. Saat ini masalah proses audit lingkungan dan peraturannya masih belum final. Hal-hal yang lebih mendetail mengenai kewajiban CSR akan diatur dalam peraturan pemerintah. Indonesia mengadakan seminar mengenai laporan keberlanjutan, yaitu Sustainable Enterprise Performance Conferenc (SEPC).. Professional Accountants in Business (PAIB) Committee IFAC, menerbitkan tulisan yang mendorong agar akuntan manajemen profesional berperan memberikan pemahaman, melakukan tindakan dan mencapai efisiensi entitas melalui praktik usaha ramah lingkungan.

Akuntansi manajemen lingkungan mengembangkan biaya-biaya yang harus ditanggung perusahaan sebagai upaya untuk mengendalikan dan mencegah limbah dan polusi yang dapat merusak lingkungan dan kesehatan manusia. Akuntansi bahan fisik ditujukan untuk menyediakan informasi fisik penggunaan bahan dan produk fisik yang dihasilkan. Pasokan bahan baku energi, air atau bahan baku lainnya ke dalam entitas. Akuntansi ditujukan untuk memberikan informasi dampak moneter atas penggunaan bahan dan produk keluaran yang dihasilkan dalam proses produksi atau pemberian jasa yang dilakukan entitas.

Penekanan isu sosial dan lingkungan semakin signifikan dilakukan kaena beberapa faktor. Semakin besar perusahaan, perlu akuntabilitas yang tinggi dalam pembuatan keputusan operasi, produk dan jasa. Perusahaan harus membangun budaya semakin terbuka dan semakin dekat dengan pelanggan. Sosial media akan membuat perusahaan semakin transparan dan mudah dimonitor. Perusahaan-perusahaan global dunia menyadari kekuatan sosial media dan malakukan perencanaan detil menggunakan kekuatan sosial media guna membangun citra perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini, dinyatakan dalam simpulan bahwa biaya sosial yang dikeluarkan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan CSR. Hal itu memberi bukti bahwa CSR lewat pengeluaran sosial membutuhkan mekanisme pertanggungjawaban dan pengungkapan agar

dapat tersampaikan dan dipahami oleh stakeholders. Biaya sosial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja sosial. Hal itu membuktikan bahwa biaya sosial yang merupakan perwujudan CSR memiliki peran untuk meningkatkan citra perusahaan di mata stakeholders. Biaya sosial tidak berpengaruh terhadap peningkatan kinerja keuangan, yang diprosikan dengan ROE. Biaya sosial lebih dilihat dari kepentingan manajemen, kurang memperhitungkan problematika dan kebutuhan stakeholders. Sosial media memiliki potensi besar dalam mendukung ketercapaian tujuan pelaksanaan CSR. Pengaruh biaya sosial terhadap pengungkapan CSR menunjukkan hasil signifikan. Sementara, pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROE). Hal itu bukan berarti keterbukaan perusahaan tidak penting. Kandungan informasi pengungkapan CSR menjadi bahan evaluasi perusahaan.

Pengaruh biaya sosial terhadap kinerja sosial menunjukkan hasil signifikan. Kinerja sosial berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROE). Hal itu menunjukkan bahwa kinerja sosial, khususnya stakeholders non-investor (masyarakat, karyawan, konsumen, supplier, pemerintah) memiliki konsekuensi ekonomi (ROE). Keputusan investasi tidak berdasarkan pertimbangan reputasi perusahaan di mata stakeholders, tipe investor yang umumnya jangka pendek, mengejar capital gains, menjatuhkan pilihan pada portofolio yang memberikan return dimasa datang tertentu dengan risiko seminimal mungkin. CSR memiliki muatan konsekuensi sosial dan ekonomi sepanjang pelaksanaan dan pembebanannya tepat. Sosial media memiliki potensi dan daya dukung menciptakan efektifitas legitimasi stakeholders.

Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya penelitian dilakukan dengan adanya jaminan bahwa sampel memenuhi kesesuaian alat analisis yang digunakan. Penelitian ini bersifat umum dengan melibatkan banyak industri, dengan tingkat kerentanan terhadap risiko sosial, lingkungan dan klaim stakeholders yang berbeda-beda. Penelitian ini tidak membuktikan adanya peran mediasi pengungkapan CSR pada pengaruh biaya sosial terhadap kinerja keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

wbcsd. org diakses pada Maret 2012.

- Adam, C. A. 2002. "Internal Organizational Factors Influencing Corporate Social and Ethical Reporting Beyond Current Theorizing". *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, 15:2.
- Deegan, C., Rankin, M, dan Tobin, J. 2002. "An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosure BHP from 1983-1997 a Test of Legitimacy Theory". *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, 15:312-343.
- Gray, R. H. 2002. "Of Messiness, Systems and Sustainability: Towards a More Social and Environmental Finance and Accounting". *British Accounting Review*, 34:357-386.
- Luk, C., Oliver H.M., Alan, C.B., Sin, Leo, Chow, dan Raymond. 2005. "Stakeholders Orientation and Business Performance: The Case of Service Companies in China". *Journal of International Marketing*, 1069031X.
- Memed, Sueb. 2001. "Pengaruh Akuntansi Sosial terhadap Kinerja Sosial dan Keuangan Perusahaan Terbuka di Indonesia". Disertasi. Universitas Padjadjaran Bandung.
- Subroto, P. H. 2002. "A Correlational Study of Corporate Social Responsibility and Financial Performance an Empirical Survey Toward Ethical Business Practice in Indonesia". Dissertation. Capella University.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 19/2003 tentang Badan Usaha Milik Negara.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 25/2007 tentang Penanaman Modal.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas.
- World Business Council for Sustainability Development. WBCSD Publications, <http://www.wbcsd.org>