

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE TERHADAP RETURN ON ASSETS PADA PERUSAHAAN TELEKO- MUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Christian Noel Filemon & Astrie Krisnawati

ABSTRAK

Dewasa ini, konsep CSR berkaitan erat dengan keberlangsungan perusahaan. Menurut konsep CSR, sebuah perusahaan dalam melaksanakan aktivitas dan pengambilan keputusan tidak hanya berdasarkan faktor keuangan dan keuntungan semata melainkan juga berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun masa yang akan datang. Secara teori, CSR dapat dimanfaatkan untuk memaksimalkan nilai pemegang saham, strategi untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam jangka panjang, serta sebagai media pemasaran. Selain itu juga dapat mengurangi biaya penyesuaian yang dikeluarkan apabila perusahaan dinilai merugikan masyarakat maupun lingkungan ketika beroperasi. Sebagai salah satu bentuk aktivitas perusahaan, maka setiap kegiatan CSR perlu diungkapkan kepada pemegang saham. Penelitian ini akan membahas tentang bagaimana pengungkapan CSR dapat mempengaruhi financial performance khususnya ROA perusahaan-perusahaan yang berasal dari industri yang bertumbuh tinggi saat ini, yakni industri telekomunikasi, dengan periode penelitian pada tahun 2010 hingga 2013. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi data panel terhadap lima perusahaan telekomunikasi dengan CSR Disclosure sebagai variabel independen, Return on Assets sebagai variabel dependen dan dua variabel kontrol yakni Leverage dan Company Size. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari CSR Disclosure terhadap Return on Assets. Di sisi lain, hanya variabel kontrol Company Size yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Return on Assets.

Kata kunci : CSR, CSR Disclosure, Return on Assets, Leverage, Company Size.

1. Pendahuluan

Keberadaan perusahaan memiliki pengaruh pada lingkungan dan masyarakat sekitar. Demi memaksimalkan keuntungan, terkadang perusahaan justru seringkali melakukan pelanggaran-pelanggaran etika dan pada akhirnya konsumen atau orang di luar perusahaan sering mendapatkan dampak negatifnya. Konsekuensi tersebut perlu diminimalisir melalui suatu kegiatan yang memberi efek positif dan dapat menekan biaya akibat kerugian yang ditimbulkan perusahaan namun tetap dapat dipraktikkan dalam lingkup bisnis. Di sinilah konsep dan praktik *corporate social responsibility* (CSR) perlu direalisasikan.

Dewasa ini, konsep CSR berkaitan erat dengan keberlangsungan perusahaan. Menurut konsep CSR, sebuah perusahaan dalam melaksanakan aktivitas dan pengambilan keputusan tidak hanya berdasarkan faktor keuangan dan keuntungan semata melainkan juga berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun masa yang akan datang. Sebagai salah satu bentuk aktivitas perusahaan, maka setiap kegiatan CSR perlu diungkapkan kepada pemegang saham. Pemegang saham selayaknya memperoleh informasi bagaimana perusahaan memanfaatkan dana untuk kegiatan CSR tersebut, salah satunya melalui laporan tahunan perusahaan. Hasil dari pengungkapan CSR ini merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Dengan adanya pelaporan tersebut, *shareholder* maupun *stakeholder* akan menilai perusahaan sebagai entitas yang peduli terhadap masalah sosial maupun lingkungan. Di samping itu, sebuah survei global yang dilakukan oleh *The Economist Intelligence Unit* menunjukkan bahwa 88% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan [1].

Upaya perusahaan dalam melakukan kegiatan CSR dapat dikaitkan pada kinerja perusahaan, mengingat ada biaya yang dikeluarkan dalam melaksanakan kegiatan tersebut. Kinerja sebuah perusahaan dapat diukur melalui aspek finansial. Kinerja keuangan adalah ukuran terhadap seberapa baik kinerja perusahaan dalam menggunakan aset dan modal yang diperoleh untuk menghasilkan pemasukan dan melaksanakan aktivitas bisnis. Kinerja keuangan yang diperoleh dalam periode tertentu dapat digunakan sebagai perbandingan terhadap seberapa baik kinerja perusahaan bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya atau dengan perusahaan yang serupa dalam industri yang sama [19].

Teori instrumental, yakni kumpulan teori mengenai manfaat CSR dalam kaitannya dengan tujuan perusahaan mengatakan bahwa CSR dapat dimanfaatkan untuk memaksimalkan nilai pemegang saham, strategi untuk mencapai keunggulan kompetitif (*competitive advantages*) dalam jangka panjang, serta sebagai media pemasaran yang disebut sebagai *cause-related marketing* [8]. Dengan kata lain, CSR dapat dimanfaatkan untuk mengurangi biaya pemasaran serta dapat meningkatkan reputasi perusahaan dalam jangka panjang. Selain teori tersebut, terdapat juga teori lain yang disebut juga *reputation insurance* yang menyatakan bahwa perusahaan yang melaksanakan CSR dengan baik juga dapat mengurangi biaya penyesuaian (*compliance cost*) yang dikeluarkan apabila perusahaan dinilai merugikan masyarakat maupun lingkungan ketika beroperasi [15].

Semakin besar suatu perusahaan, maka semakin besar juga dana yang dimiliki oleh perusahaan tersebut, yang berarti dapat diasumsikan bahwa semakin besar dana yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan CSR [22]. Di sisi lain, perusahaan besar juga dituntut untuk semakin terbuka dan semakin bertanggung jawab terhadap permintaan stakeholder. Selain itu, terdapat juga risiko yang perlu diper-

timbangkan perusahaan seperti risiko finansial karena dapat mempengaruhi aktivitas sosial perusahaan [3]. Maka selain ROA, dalam penelitian ini juga melibatkan dua variabel kontrol yakni leverage yang diukur dengan *debt-to-equity ratio* dan *company size* yang diukur dengan *logarithm of total assets*. *Leverage* berkaitan dengan risiko perusahaan sedangkan *company size* mewakili seberapa besar perusahaan tersebut.

Penelitian mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan dan return saham dengan obyek perusahaan telekomunikasi telah dilakukan sebelumnya namun dengan variabel yang berbeda [11]. Penelitian tersebut membahas kinerja keuangan namun hanya terbatas pada ROE sehingga penulis melakukan penelitian dengan menggunakan variabel ROA sebagai variabel dependen untuk dapat menggambarkan kinerja keuangan perusahaan dari sisi pengelolaan aset. Selain itu, keunikan dari penelitian ini adalah membahas mengenai upaya pengungkapan kegiatan CSR dari perusahaan yang secara hukum tidak diwajibkan melakukan kegiatan CSR (kecuali bagi perusahaan yang berstatus BUMN), sehingga perlu dipertanyakan apakah dengan melakukan kegiatan tersebut dan mengungkapkannya dapat memberi efek positif pada kinerja keuangan atau justru hanya menambah beban perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perkembangan *CSR Disclosure dan Return on Assets* pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013, serta untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari *CSR Disclosure terhadap Return on Assets* pada perusahaan telekomunikasi tersebut. Untuk mengetahui perkembangan tersebut maka akan dilakukan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi data panel untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang ada.

2. Dasar Teori

2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai tindakan yang dapat mengembangkan masyarakat dan bertanggung jawab terhadap tindakan yang melibatkan orang-orang, komunitas dan lingkungannya [14]. Definisi lain dari CSR menurut ISO pada ISO 26000 [13] adalah: *Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behaviour that contributes to sustainable development, including health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behaviour; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationships*. Dari pernyataan ini terlihat adanya usaha untuk ikut terlibat dalam pengembangan kehidupan bermasyarakat sehingga dengan demikian kemandirian sebuah masyarakat menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah usaha. Selain itu, sebagian kalangan mendukung CSR dengan anggapan bahwa perusahaan juga selayaknya berorientasi pada praktik etika. Sebagian keuntungan yang diperoleh sudah seharusnya didonasikan untuk membantu masyarakat sekitar menjadi lebih baik. Secara positif, hal ini sebenarnya dapat memberi keuntungan tersendiri bagi perusahaan, karena selain mampu meningkatkan citra perusahaan, membangun hubungan baik dengan komunitas sekitar dan pemerintahan, juga sekaligus mengeksplorasi pasar lain yang dapat memberikan keuntungan. Dengan kata lain, perusahaan memperoleh jaminan akan keuntungan dalam jangka panjang [4].

Friedman justru memiliki pandangan lain terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Pandangan tersebut yang juga dikenal sebagai *shareholder theory* menyebutkan bahwa “...*there is one and only one social responsibility of business-to use its resources and engage in activities designed to increase its profits so long as it stays within the rules of the game, which is to say, engages in open and free compe-*

titution without deception or fraud" [7]. Dengan kata lain, perusahaan hanya memiliki satu tanggung jawab sosial, yakni menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk meningkatkan keuntungan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Lebih lanjut Friedman mengatakan bahwa, "...the corporate executive would be spending someone else's money for a general social interest. Insofar as his actions in accord with his "social responsibility" reduce returns to stockholders, he is spending their money. Insofar as his actions raise the price to customers, he is spending the customers' money. Insofar as his actions lower the wages of some employees, he is spending their money". Dalam hal ini, dikatakan bahwa penggunaan sumber daya untuk tujuan yang berbeda justru akan mengaburkan pemahaman akan tanggung jawab sosial yang sebenarnya.

2.2. CSR Disclosure

Pengungkapan (*disclosure*) berarti penyampaian (*release*) informasi. Akuntan cenderung menggunakan dalam pengertian yang lebih terbatas yaitu penyampaian informasi keuangan tentang suatu perusahaan di dalam laporan keuangan, salah satunya adalah melalui laporan tahunan. Informasi keuangan, non keuangan dan keterlibatan sosial perusahaan sebaiknya dikomunikasikan kepada para stakeholder. Pengkomunikasian aktivitas tersebut dilakukan dengan berbagai cara dan media. Contoh dari media yang dapat digunakan adalah annual report (laporan tahunan) dan sustainability report (laporan berkelanjutan).

Di Indonesia, pada dasarnya pelaporan non keuangan ini secara umum telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 2009) poin 12 tentang Penyajian Laporan Keuangan dimana dinyatakan bahwa: "Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting".

Pengukuran terhadap CSR Disclosure digunakan sebagai acuan untuk mengukur seberapa jauh penerapan CSR yang telah dilakukan perusahaan. Metode pengukuran ini disebut juga content analysis. Content analysis menurut Abbott dan Monsen dalam Sandhu & Kapoor [18] dapat didefinisikan sebagai "...a technique that consists of codifying qualitative information in anecdotal and literary form into categories in order to derive quantitative scales of varying levels of complexity".

2.3 Financial Performance

Melakukan analisa terhadap laporan keuangan berarti menilai kondisi finansial dari perusahaan yang dianalisa [20]. Penilaian kinerja finansial setiap perusahaan berbeda-beda tergantung kepada ruang lingkup bisnis yang dijalankannya. Untuk menilai kondisi atau kinerja keuangan dan prestasi perusahaan, analisis keuangan memerlukan beberapa tolok ukur. Tolok ukur yang sering dipakai adalah rasio atau indeks, yang menghubungkan dua data keuangan yang satu dengan yang lainnya. Analisis dan interpretasi dari macam-macam rasio dapat memberikan gambaran yang lebih baik mengenai kondisi keuangan dan prestasi perusahaan bagi para ahli yang berpengalaman. Lebih lanjut Gitman [10] menjelaskan bahwa "ratio analysis involves methods of calculating and interpreting financial ratios to analyze and monitor the firm's performance". Menurut Gitman, rasio-rasio keuangan dapat dikelompokkan ke dalam lima kategori dasar, yaitu *liquidity* (likuiditas), *activity* (aktivitas), *debt* (utang), *profitability* (profitabilitas) dan *market ratios* (rasio pasar).

Profitability ratio atau rasio profitabilitas merupakan sekelompok rasio yang menunjukkan kombinasi dari pengaruh likuiditas, manajemen aset, dan utang pada hasil operasi [2]. Terdapat empat macam rasio profitabilitas, diantaranya adalah *profit margin on sales* (marjin laba atas penjualan), *return on as*

sets (pengembalian atas total aset), return on equity (pengembalian ekuitas biasa) dan basic earning power (rasio kemampuan dasar untuk menghasilkan laba). Dalam penelitian ini akan digunakan salah satu rasio profitabilitas, yaitu Return on Assets (ROA). Return on Assets merupakan rasio laba bersih terhadap total aset. ROA digunakan untuk mengukur efisiensi dari perusahaan dalam alokasi dan penggunaan sumber daya [12]. Dengan mengetahui rasio ini kemudian dapat dinilai apakah perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan aset keseluruhan maupun modal pemilik saham dalam kegiatan operasional perusahaan. Selain ROA, dalam penelitian ini digunakan leverage dan company size sebagai variabel kontrol.

Leverage menunjukkan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan didanai dengan hutang [9]. Penelitian ini menggunakan debt-to-equity ratio untuk mengetahui tingkat leverage perusahaan. Leverage dapat disebut sebagai risiko, sehingga dapat diasumsikan bahwa terdapat korelasi negatif antara leverage dengan social performance, mengingat semakin tinggi tingkat leverage perusahaan maka semakin sulit bagi perusahaan untuk melakukan investasi jangka panjang dengan melaksanakan CSR [6]. Company size diukur untuk mengetahui seberapa besar sebuah perusahaan. Waddock & Graves menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara ukuran perusahaan dan CSR di mana semakin besar sebuah perusahaan maka tuntutan untuk melaksanakan CSR semakin besar, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat korelasi positif antara company size dan social performance [21]. Dalam penelitian ini, company size diukur dengan menghitung logarithm of total assets (Logtotal assets), mengacu pada penelitian Najah & Jarboui [17] dan Crisóstomo et al. [3].

2.4 Penelitian Sebelumnya

Kaitan antara pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan telah dibuktikan melalui beberapa penelitian diantaranya pada Najah & Jarboui [17], Dewi et al. [5], Mulyadi & Anwar [16], dan Crisóstomo et al. [3]. Najah & Jarboui menyimpulkan bahwa CSR Disclosure memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan dalam jangka waktu satu tahun setelah kegiatan CSR diungkapkan [17]. Dewi et al. juga menemukan bahwa terdapat hubungan positif dari CSR Disclosure terhadap beberapa instrumen kinerja keuangan, di mana salah satunya adalah Return on Assets [5]. Hasil yang berbeda ditemukan oleh Mulyadi & Anwar [16] dan Crisóstomo et al. [3] di mana CSR Disclosure tidak memiliki pengaruh pada kinerja keuangan perusahaan.

2.5 Kaitan CSR Disclosure terhadap Financial Performance

Konsep CSR di Indonesia telah diakui oleh perusahaan-perusahaan. Perusahaan yang menjalankan aktivitas bisnis yang berkaitan dengan sumber daya alam maupun kehidupan sekitarnya perlu melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Salah satu contohnya adalah perusahaan telekomunikasi. Aktivitas CSR dapat berimplikasi pada reputasi perusahaan di mata publik. Namun belum diketahui sejauh mana reputasi tersebut dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, di mana dalam penelitian ini kinerja keuangan diwakili oleh ROA. Maka berdasarkan literatur yang ada dan penelitian sebelumnya dapat dibentuk hipotesis sebagai berikut:

H1 : CSR Disclosure berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.

2.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan variabel kinerja keuangan yang diukur dengan ROA, CSR Disclosure, Leverage yang diukur dengan debt-to-equity ratio, dan Company Size yang diukur dengan logarithm of total assets. Data dari variabel-variabel tersebut diperoleh dari laporan keuangan perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2010-2013.

2.7 Variabel Penelitian

- Variabel dependen : kinerja keuangan yang diukur dengan ROA
- Variabel independen : CSR Disclosure
- Variabel kontrol : Leverage yang diukur dengan debt-to-equity ratio dan Company Size yang diukur dengan logarithm of total assets.

2.8 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2010-2013. Sampel dalam penelitian ini adalah lima perusahaan telekomunikasi yang telah memenuhi kriteria pemilihan sampel yang telah ditentukan, yakni:

- Perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara konsisten pada periode 2010-2013.
- Perusahaan menerbitkan annual report pada periode 2010-2013.
- Perusahaan tidak dalam proses merger atau akuisisi pada periode 2011-2013.

Instrumen pengukuran informasi CSR yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada GRI Index yakni 79 item pengungkapan CSR yang terdiri dari indikator economic (9 item), environmental (30 item), labor practices and decent work (14 item), human rights (9 item), society (8 item), dan product responsibility (9 item). Pendekatan dalam menggunakan GRI Index pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item yang diungkap dalam instrumen penelitian diberi nilai 1, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus untuk menghitung nilai CSR Disclosure adalah sebagai berikut:

$$CSR D = \sum X_i / n$$

Dimana:

CSR D : nilai pengungkapan Corporate Social Responsibility pada laporan tahunan n : jumlah item yang diungkap, n = 79.

$\sum X_i$: total jumlah item yang diungkap; nilai 1 jika item i diungkap, nilai 0 jika item i tidak diungkap.

2.9 Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk mengukur perkembangan CSR Disclosure dan ROA dari kelima perusahaan telekomunikasi tersebut secara simultan dengan menghitung nilai masing-masing variabel berdasarkan rata-rata nilai.

b. Analisis Regresi Data Panel

Uji hipotesis dalam penelitian ini diuji menggunakan analisis regresi data panel. Model persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$ROA_{it} = \beta_{it}CSR D_{it} + \beta_{it}LEV_{it} + \beta_{it}SIZE_{it} + \epsilon_{it}$$

Keterangan:

- ROA adalah Return on Assets.
- CSR D adalah variabel yang berkaitan dengan pengungkapan sosial.
- LEV adalah debt-to-equity ratio.
- SIZE adalah logarithm of total assets.
- β_{it} adalah koefisien slope.
- ϵ_{it} adalah komponen error yang diasumsikan memiliki harga mean 0 dan variansi homogen dalam waktu (homoskedastik) serta independen dengan X_{it} .

c. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau R² digunakan sebagai indikator untuk mengetahui kualitas dari model yang diestimasi. Apabila R² mendekati satu, maka diindikasikan bahwa variasi data pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh model regresi tersebut.

d. Analisis Koefisien Regresi (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Nilai t yang diperoleh dari hasil analisis regresi (disebut thitung) kemudian dibandingkan dengan nilai t yang diperoleh dari tabel t (disebut ttabel) berdasarkan tingkat signifikansi serta jumlah observasi dan variabel yang diuji, di mana dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi sebesar 95% dan jumlah observasi sebesar 15 (untuk lima obyek penelitian yang diukur selama tiga tahun) serta jumlah variabel sebesar dua (di luar variabel kontrol). Hipotesis diterima apabila nilai thitung berada diantara nilai t tabel.

3. Pembahasan

3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk mengukur perkembangan CSR Disclosure dan ROA dari kelima perusahaan telekomunikasi tersebut secara simultan dengan menghitung nilai masing-masing variabel berdasarkan rata-rata nilai. Hasil pengukuran tersebut dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Tahun	CSR Disclosure	ROA
2010	0,2658	-
2011	0,2658	0,082
2012	0,2532	-0,0310
2013	-	-0,0474

Dari tabel 1 dapat diketahui dua hal, yakni tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan telekomunikasi secara keseluruhan cenderung stabil dari tahun 2010 sebesar 26,58% item dari total 79 item hingga 2011 sebesar 26,58% item dari total 79 item, namun mengalami penurunan pada tahun 2012 sebesar 25,32% item dari total 79 item dan tingkat efisiensi perusahaan telekomunikasi secara keseluruhan cenderung menurun pada periode 2011 yakni mengalami keuntungan sebesar 8,2% terhadap total aset hingga 2013 mengalami kerugian sebesar 4,74% terhadap total aset.

3.2 Analisis Regresi Data Panel

Dalam melakukan analisis regresi data panel maka dilakukan uji Chow untuk mengetahui apakah model yang digunakan memiliki efek tetap, di mana dapat dilihat pada nilai probabilitas chi-square pada tabel 2.

Tabel 2 Uji Chow (Cross Section Fixed Effect)

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.213544	(4,7)	0.3850
Cross-section Chi-square	7.901551	4	0.0953

Hasil pengujian model dengan regresi data panel menggunakan uji Chow pada tabel 2 memperlihatkan bahwa terdapat common effect pada model, yaitu tidak adanya efek antara waktu dan antara individu, di mana nilai probabilitas chi-square > 5%. Berdasarkan temuan tersebut maka dilakukan analisis regresi data panel model common dengan metode PLS yang dapat dilihat pada tabel 3

Tabel 3 Uji Chow (Pooled Least Square)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-5.481686	1.550301	-3.535886	0.0047
CSRDP?	-0.100680	0.261030	-0.389536	0.7043
LEVERAGE?	-0.003684	0.002563	-1.437552	0.1784
SIZE?	0.407510	0.119535	3.409126	0.0058
R-squared		0.788884	Mean dependent var	-0.023368
Adjusted R-squared		0.731307	S.D. dependent var	0.163341
S.E. of regression		0.084669	Akaike info criterion	-1.876967
Sum squared resid		0.078856	Schwarz criterion	-1.688153
Log likelihood		18.07725	Hannan-Quinn criter.	-1.878978
F-statistic		13.70137	Durbin-Watson stat	1.898353
Prob(F-statistic)		0.000493		

Tabel 3 memperlihatkan nilai koefisien dari masing-masing variabel, sehingga model regresi data panel yang terbentuk adalah:

$$ROA = -5,481686 - 0,100680*CSRDP - 0,003684*LEV + 0,407510*SIZE$$

3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Mengacu pada hasil analisis regresi data panel pada tabel 3, maka nilai R² adalah sebesar 0,7884, yang menunjukkan bahwa 78,84% variasi ROA dijelaskan oleh variabel CSR Disclosure, Leverage dan Company Size.

3.4 Analisis Koefisien Regresi (Uji t)

Dari uji t yang dilakukan dengan melihat nilai t-Statistic pada masing-masing variabel di tabel 3 ditemukan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari CSR Disclosure terhadap ROA. Hasil serupa juga ditemukan oleh Crisóstomo et al. [3] dan Mulyadi & Anwar [16], di mana pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Hal tersebut dapat disebabkan karena kurangnya apresiasi dari shareholder terhadap aktivitas maupun pengungkapan CSR dan juga karena pengaruh dari implementasi CSR membutuhkan waktu yang lebih lama.

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka diperoleh kesimpulan yakni pengungkapan CSR tidak berpengaruh satu tahun kemudian terhadap ROA perusahaan telekomunikasi ketika menggunakan variabel kontrol yaitu Leverage dan Company Size. Artinya bahwa aktivitas pengungkapan ataupun pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan kurang mendapat respon positif baik dari stakeholder maupun shareholder. Selain itu, pembuatan laporan tahunan perusahaan berdasarkan pada acuan yang diberikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sehingga laporan tahunan yang ada kurang representatif untuk diukur menggunakan acuan dari GRI.

Dengan mempertimbangkan batasan penelitian serta hasil yang diperoleh maka saran bagi penelitian selanjutnya yaitu untuk memperluas cakupan penelitian dengan mengubah maupun menambahkan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi ROA dari perusahaan telekomunikasi.

Daftar Pustaka

- [1] Barus, R. & Maksun, A. (2011). Analisis Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility (CSR) dan Pengaruhnya terhadap Harga Saham, Seminar Nasional Kontribusi Dunia Pendidikan Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi dalam Penguatan Perekonomian Bangsa.
- [2] Brigham, E. F. & Houston, J. F. (2011). *Dasar - Dasar Manajemen Keuangan Buku 2* (11th ed.), Jakarta: Salemba Empat.
- [3] Davis, K. (1973). The Case For and Against Business Assumption of Social Responsibilities, *Academy of Management Journal*. 16 312-322
- [4] Dewi, M. D., Sudarma, M., Djumahi & Ganis, E. (2014). CSR Effect on Market and Financial Performance, *International Journal of Business and Management Invention*. 3:1 56-66
- [5] Dowell, G., Hart, S., & Yeung, B. (2000). Do Corporate Global Environmental Standards Create or Destroy Market Value?, *Management Science Journal*. 46:8 1059-1074
- [6] Crisóstomo, V. L., Freire, F.d., & Vasconcellos, F.C.d. (2011). Corporate Social Responsibility, Firm Value and Financial Performance in Brazil, *Social Responsibility Journal*. 7:2 295-309
- [7] Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits, *The New York Times Magazine* 9 32-33
- [8] Garriga, E. & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory, *Journal of Business Ethics*. 53 51-71
- [9] Garrison, R.H., Noreen, E. W. & Brewer, P.C. (2010). *Managerial Accounting* (13th ed.), New York: McGraw-Hill.
- [10] Gitman, L.J. (2009). *Principles of Managerial Finance* (12th ed.), Boston: Pearson Education, Inc. [11] Hana, Z. R. F. (2013). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- [12] Higgins, R.C. (2012). *Analysis for Financial Management* (10th ed.), New York: McGraw-Hill. [13] International Organization for Standardization, ISO 26000[Online] Available at: <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm> [Accessed 2 May 2014].
- [14] Lawrence, A.T. & Weber, J. (2011). *Business & Society: Stakeholders, Ethics, Public Policy* (13th ed.), New York: McGraw-Hill.
- [15] Minor, D. & Morgan, J. (2011). CSR as Reputation Insurance: Primum Non Nocere, *California Management Review*. 53:3 40-62
- [16] Mulyadi, M. S. & Anwar, Y. (2012). Impact of Corporate Social Responsibility Toward Firm Value and Profitability, *The Business Review, Cambridge* 19:2 316-322
- [17] Najah, A. & Jarboui, A. (2013). The Social Disclosure Impact on Corporate Financial Performance: Case of Big French Companies, *International Journal of Management Business Research*. 3:4 337-351
- [18] Sandhu, H.S. & Kapoor, S. (2010). Corporate Social Responsibility Initiatives: An Analysis of Voluntary Corporate Disclosure, *South Asian Journal of Management*. 17:2 47-80
- [19] Suteja, D., Rokmaniah, N.I. & Annisa, R.N. (2014). The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance of Manufacture Companies Listed in Indonesia Stock Exchange, Pattaya: The 3rd International Conference on Business and Banking. 331-345
- [20] Titman, S., Keown, A.J. & Martin, J.D. (2011). *Financial Management: Principles and Applications* (11th ed.), Boston: Pearson Education, Inc [21]
- [21] Waddock, S.A. & Graves, S.B. (1997). The Corporate Social Performance-Financial Performance Link, *Strategic Management Journal*. 18:4 303-319
- [22] Wibowo, A.J. (2012). Interaction Between Corporate Social Responsibility Disclosure and Profitability of Indonesia Firms, Terengganu: UMT 11th International Annual Symposium on Sustainability Science and Management.

