



DAMPAK PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN

Barlia Annis Syahzuni¹, Shienny Florencia²

^{1,2}Program Studi Akuntansi - Universitas Esa Unggul
¹barlia.annis@esaunggul.ac.id, ²shiennyflorencia@gmail.com

Info Artikel :

Diterima : 25 November 2021

Disetujui : 1 Desember 2021

Dipublikasikan : 28 Januari 2022

ABSTRAK

Kata Kunci:
Tanggung
Jawab Sosial,
Profitabilitas,
Return On
Asset, Return
On Equity,
Earning Per
Share

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *Return On Asset* (ROA), (2) pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *Return On Equity* (ROE), (3) pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *Earning Per Share* (EPS) pada perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2019. Pengungkapan CSR diukur dengan *CSR Indexes* berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) *Index* (G4) generasi ke-4. Profitabilitas diukur dengan ROA, ROE, EPS. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pada industri perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2019. Sampel penelitian yang digunakan adalah perusahaan perbankan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial pada tahun 2017 sampai 2019 dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Terdapat 18 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian.

ABSTRACT

Keywords:
Corporate
Social
Responsibility,
Profitabilitas,
Return On
Asset, Return
On Equity,
Earning Per
Share

The purposes of this research are to examine (1) the influence of Corporate Social Responsibility disclosure to ROA (2) the influence of Corporate Social Responsibility disclosure to ROE, (3) the influence of Corporate Social Responsibility disclosure to EPS of conventional banks companies listed on the Indonesia Stock Exchange during 2017 – 2019 period. The Corporate Social Responsibility disclosure is measured by CSR Indexes based on Global Reporting Initiative 4th generation (G4). Profitability is measured by ROA, ROE, and EPS. The population used in this study are all companies in the banking industry listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2017-2019 period. The sample used is banking companies that disclose Corporate Social Responsibility in 2017 to 2019 using the purposive sampling method. There are 18 companies that meet the criteria as research samples.

PENDAHULUAN

Semua perusahaan pada dasarnya mempunyai tujuan untuk mencapai laba atau keuntungan maksimal, melalui nilai perusahaan (*corporate value*) yang dimaksimalkan, dan juga mensejahterakan pemilik dan para pemegang saham (*shareholders*). Faktor – faktor yang mempengaruhi nilai dan keuntungan yang diperoleh perusahaan terbagi

menjadi faktor finansial dan faktor non finansial. Faktor finansial dapat menggambarkan tentang cara dana diperoleh oleh perusahaan dan bagaimana perusahaan mengelola dana tersebut, sehingga penggunaan dana tersebut dapat menguntungkan perusahaan. Salah satu faktor non finansial yaitu tanggung jawab sosial.

Pada buku “ISO 26000 - A Standardized View on Corporate Social Responsibility”, disebutkan bahwa perusahaan di seluruh dunia beserta dengan para *stakeholder*-nya menjadi sadar akan kebutuhan dan manfaat dari tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Tanggung jawab sosial (CSR) ini bertujuan untuk memberikan kontribusi berkelanjutan untuk pembangunan yang berkelanjutan (Idowu, 2019). Pengungkapan tanggung jawab sosial dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan menjadi lebih baik melalui beberapa aspek penting yaitu dengan meningkatkan motivasi dan produktivitas karyawan, meningkatkan penerimaan produk di antara pelanggan, meningkatkan penerimaan di antara investor yang mendukung nilai-nilai yang peka terhadap lingkungan (Khlif et al., 2015).

ROA, ROE, dan EPS merupakan rasio atau indikator dalam melihat profitabilitas perusahaan. Kemampuan manajemen perusahaan untuk menghasilkan pendapatan dengan menggunakan aktiva yang dimiliki perusahaan ditunjukkan oleh ROA, ROE, dan EPS.

Berdasarkan penelitian Pratiwi mengenai hubungan tanggung jawab sosial dengan profitabilitas pada perusahaan perbankan menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan antara tanggung jawab sosial dengan ROA dan ROE (Pratiwi et al., 2020).

Sedangkan, berdasarkan penelitian Rilla Gantino pada perusahaan manufaktur diperoleh hasil bahwa ada pengaruh oleh tanggung jawab sosial pada ROA, ROE, dan PBV (Gantino, 2016).

Beberapa literatur penelitian lainnya juga menunjukkan adanya kontradiksi teoritis. Dalam penelitian oleh Rosdwianti dan Dzulkirom tentang pengaruh CSR pada profitabilitas perusahaan di sektor industri barang konsumsi diperoleh hasil bahwa ada pengaruh CSR terhadap ROA dan ROE (Rosdwianti & Dzulkirom AR, 2016). Kemudian pada penelitian oleh Fatah dan Haryanto tentang pengaruh CSR terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia ditemukan tidak ada pengaruh CSR terhadap ROA dan ROE (Fatah & Haryanto, 2016).

Dengan adanya perbedaan hasil dengan berbagai penelitian tersebut, dan dengan menggunakan penelitian oleh Łukasz Matuszak dan Ewa Róžańska (2017) tentang hubungan CSR dengan kinerja keuangan perusahaan sebagai rujukan dalam penelitian ini, penulis melakukan uji kembali tentang pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap profitabilitas. Namun demikian yang berbeda di pengamatan ini dengan pengamatan sebelumnya adalah sampel penelitian yaitu perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2017 – 2019 dengan ROA, ROE dan EPS sebagai variabel yang mewakili profitabilitas perusahaan.

Perusahaan perbankan dipilih penulis karena bank berperan penting dalam perekonomian negara dimana perusahaan perbankan menyalurkan dana untuk kebutuhan masyarakat. Hubungan antara industri perbankan dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial antara lain yaitu, dengan dilaksanakannya CSR oleh bank maka membuat masyarakat semakin meminati produk perbankan dan investor menyukai perusahaan (Pratiwi et al., 2020).

Tujuan pengamatan ini untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial pada profitabilitas perusahaan yaitu ROA, ROE, dan EPS pada perusahaan

perbankan yang terdaftar di BEI.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Stakeholders (*Stakeholders Theory*)

Stakeholder adalah sekelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi (Freeman, 1984). Teori *stakeholders* mengakui dampak penting yang dihasilkan oleh para pemangku kepentingan terhadap keberlanjutan dan kesuksesan perusahaan. Dengan begitu, perusahaan harus mengusahakan dan mengelola hubungan baik dengan para *stakeholders* dengan memenuhi kebutuhan dan ekspektasi dari beragam kelompok pemangku kepentingan termasuk para karyawan, masyarakat, dan kelompok lingkungan (Edward Freeman & Evan, 1990). *Stakeholders* atau para pemangku kepentingan mengungkapkan secara spesifik ekspektasi berkenaan dengan aktivitas CSR perusahaan seperti penggunaan yang efektif dari sumber daya alam, pembatasan penggunaan sumber daya, pencegahan pencemaran, memperhatikan kesejahteraan karyawan, mempekerjakan penyandang cacat, penghapusan diskriminasi, dll. Jadi, pengungkapan CSR dilakukan karena pengungkapan itu sendiri diminta oleh para *stakeholders* untuk memenuhi kebutuhan dan harapan mereka (Gray et al., 1995).

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Pada umumnya perusahaan melakukan usaha untuk melegitimasi dan mempertahankan hubungan dalam lingkungan politik dan sosial di mana perusahaan beroperasi, perusahaan dikatakan tidak akan bertahan meskipun kinerja finansial mereka baik jika tanpa legitimasi tersebut (Gray et al., 1995). *Legitimacy theory* menyatakan bahwa secara berkelanjutan organisasi mencoba memastikan perusahaan tidak melakukan aktivitas yang bertentangan dengan peraturan dan norma-norma masyarakat (Deegan, 2002). Dalam buku “*Conceptual and Theoretical Approaches to Corporate Social Responsibility, Entrepreneurial Orientation, and Financial Performance*” disebutkan bahwa menurut teori legitimasi, perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial sehingga perusahaan dapat melegitimasi perilaku mereka kepada kelompok *stakeholders*. Teori legitimasi didasarkan pada gagasan bahwa ada kontrak sosial antara bisnis dan masyarakat (Paiva & Carvalho, 2020).

Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial (CSR) merupakan sebuah konsep yang menyebutkan perusahaan memiliki berbagai macam bentuk tanggung jawab kepada pemangku kepentingan perusahaan yang mencakup aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan (Fahham et al., 2015).

Menurut ISO, CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dari keputusan dan kegiatan yang dilakukan terhadap masyarakat dan lingkungan hidup dengan perilaku yang terbuka dan beretika. Saat ini, setiap perusahaan wajib melakukan pengungkapan CSR yang diatur oleh UU No.40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas. Perusahaan diharapkan untuk bisa bertanggungjawab dan berkomitmen kepada lingkungan sekitar tempat perusahaan berada untuk memberikan kontribusi yang aktif dalam mensejahterakan setiap pihak di sekitar perusahaan. Manfaat CSR dapat dirasakan dengan adanya peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar, terjaganya kelestarian lingkungan, dilakukannya pemeliharaan dan pembangunan desa atau fasilitas masyarakat yang

bersifat sosial yang berguna untuk masyarakat banyak dan sebagainya.

Perusahaan ada yang mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dan ada juga yang tidak. Untuk menghitung CSR digunakan pendekatan dimana jika item CSR diungkapkan maka diberi nilai 1 dan 0 jika tidak diungkapkan. Pengungkapan CSR berdasarkan pedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi empat atau G4 (Global Reporting Initiative, 2016). Kemudian *score* yang diperoleh dari tiap item akan dijumlah untuk mendapat hasil *score* keseluruhan untuk setiap perusahaan. Dari 91 indikator pengukuran CSR, dilakukan *decomposition analysis* dengan menyesuaikan dan atau menghapus beberapa item pengukuran yang kurang relevan.

Berdasarkan *Global Reporting Initiative* pada tahun 2016, CSR dapat diukur menggunakan rumus :

$$CSR = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Profitabilitas Perusahaan

Rasio profitabilitas merupakan suatu indikator ukuran kemampuan perusahaan saat menggunakan aktiva yang dimiliki untuk menciptakan laba dengan memakai sumber daya yang dimiliki perusahaan (Sudana, 2011).

Ukuran efektivitas manajemen perusahaan yang dilihat dari laba yang diperoleh melalui penjualan atau melalui pendapatan investasi dapat ditunjukkan dengan rasio profitabilitas. *Return* yang diterima perusahaan atas investasi modal adalah indikator penting yang memperlihatkan kekuatan perusahaan dalam jangka panjang. Angka ini terdapat pada laporan laba rugi dan neraca. Jika nilai profitabilitas semakin tinggi, maka kelangsungan hidup dalam jangka panjang akan lebih terjamin.

Pada buku berjudul “Analisis Laporan Keuangan”, rasio profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2018).

Return On Asset (ROA)

ROA dikatakan sebagai rasio utama yang memperlihatkan profitabilitas pada sebuah perusahaan yang dipakai sebagai ukuran kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki untuk menghasilkan pendapatan. Profitabilitas yang semakin baik ditunjukkan dengan nilai ROA yang semakin tinggi, hal ini karena *return* yang dihasilkan semakin besar (Simpson & Kohers, 2002). Dalam buku “Analisis Laporan Keuangan”, ROA merupakan rasio yang menggambarkan perputaran aktiva perusahaan yang diukur dari volume perusahaan (Kasmir, 2018).

Rumus untuk ROA bersumber pada buku “*Fundamentals Of Financial Management : Essentials Of Financial Management*” karya Brigham & Houston pada tahun 2007 adalah

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Return On Equity (ROE)

ROE merupakan rasio yang berperan penting bagi para investor dalam menentukan investasinya karena dapat menunjukkan tingkat keuntungan yang dihasilkan

atas modal yang diinvestasikan (Brigham & Houston, 2007).

Dalam buku “Analisis Laporan Keuangan”, disebutkan bahwa ROE adalah rasio yang digunakan sebagai alat ukur laba bersih setelah pajak terhadap total ekuitas (Kasmir, 2018). ROE menunjukkan seberapa efisien perusahaan dalam penggunaan modal. Jika nilai ROE semakin tinggi, maka semakin baik perusahaan dalam menghasilkan laba (Matuszak & Rózańska, 2017).

Rumus untuk ROA yang bersumber pada buku “*Fundamentals Of Financial Management : Essentials Of Financial Management*” karya Brigham & Houston pada tahun 2007 adalah

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Earning Per Share (EPS)

EPS dalam buku berjudul “Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan” disebutkan sebagai rasio untuk menunjukkan seberapa besar kemampuan satu lembar saham dalam menghasilkan laba (Harahap, 2018). EPS dianggap berguna bagi para investor karena EPS menggambarkan prospek *earning* perusahaan di masa depan, serta sebagai ukuran keefisienan suatu perusahaan (Kasmir, 2018).

Menurut Kasmir dalam buku Pengantar Manajemen Keuangan, EPS merupakan rasio yang dipakai sebagai alat ukur kesuksesan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi *shareholders* (Kasmir, 2018). Semakin profit suatu perusahaan ditunjukkan oleh nilai EPS yang semakin tinggi.

Rumus untuk EPS yang bersumber pada buku "Analisis Kinerja Keuangan" karya Farmi Irham pada tahun 2015, adalah:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Hubungan Antar Variabel

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Nilai ROA Perusahaan

CSR merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan cara menggunakan asetnya untuk menghasilkan keuntungan. Perusahaan mengeluarkan biaya yang tidak sedikit saat merealisasikan tanggung jawab sosial, namun perusahaan percaya CSR merupakan bentuk usaha dalam menciptakan laba jangka panjang berupa investasi perusahaan yaitu citra perusahaan positif yang diharapkan tertanam dalam *mindset* masyarakat.

Dengan melakukan CSR kepercayaan masyarakat pada produk perusahaan dapat ditingkatkan dan kemudian reputasi perusahaan juga akan mengalami peningkatan di mata masyarakat. Dengan kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat, maka masyarakat akan dapat semakin mengenal produk yang dijual oleh perusahaan dan mempunyai keinginan untuk memakai produknya. Jika produk laku dipasaran maka laba perusahaan akan meningkat dan mempengaruhi ROA. Semakin tinggi nilai ROA diyakini akan semakin baik penggunaan aset dalam memperoleh laba bersih sehingga minat investor pada perusahaan akan meningkat karena *return* atau dividen semakin besar (Pratiwi et al., 2020). Dari rekomendasi beberapa penelitian di atas maka pengajuan hipotesis pada pengamatan ini adalah :

H1 : Pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap ROA

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Nilai ROE Perusahaan

Ketika nilai ROE tinggi maka diyakini akan menyebabkan tingginya harga saham (Matuszak & Rózańska, 2017). CSR merupakan suatu strategi yang diimplementasikan untuk mencapai tujuan perusahaan. Ketika perusahaan melakukan CSR, maka tercipta citra yang baik dari masyarakat. Jika tercipta citra yang baik, perusahaan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat kemudian akan mampu menimbulkan loyalitas dari konsumen. Loyalitas konsumen akan berdampak pada kenaikan laba melalui peningkatan penjualan. ROE merupakan salah satu alat untuk mengukur profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi laba yang dihasilkan oleh perusahaan akan berdampak pada ROE yang semakin tinggi juga. ROE yang tinggi digunakan oleh investor sebagai salah satu pertimbangan dalam memutuskan investasi pada perusahaan.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Kinanti Chandra Sari dan Devi Farah Azizah (2019), pengungkapan tanggung jawab sosial memberi sinyal positif kepada para pemangku kepentingan yang kemudian dibalas dengan respon positif berupa penerimaan produk yang dijual oleh perusahaan dan lama kelamaan akan menyebabkan laba perusahaan meningkat (Sari & Azizah, 2019).

Dari rekomendasi beberapa penelitian di atas maka pengajuan hipotesis pada pengamatan ini adalah :

H2 : Pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap ROE

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Nilai EPS Perusahaan

Dari EPS dapat terlihat besar keuntungan yang diperoleh investor atau pemegang saham dari setiap lembar saham. Kemungkinan perusahaan membagikan dividen akan semakin kecil jika nilai EPS juga semakin kecil. Dapat disimpulkan investor akan lebih meminati saham dengan EPS tinggi dibandingkan saham dengan EPS rendah (Alipudin, 2016). EPS dianggap sebagai indikator dari kinerja entitas dan keberhasilan perusahaan. EPS digunakan untuk memperkirakan potensi pertumbuhan harga saham di masa depan, karena perubahan EPS sering tercermin dalam harga saham (Robbetze et al., 2017).

Pengungkapan pelaksanaan CSR berkaitan dengan strategi pemasaran perusahaan dalam menanamkan citra positif bahwa perusahaan peduli terhadap lingkungan dan para *stakeholders* (Sari & Azizah, 2019). Dengan demikian, semakin besar rasa peduli perusahaan terhadap pelaksanaan CSR maka semakin pasar mengapresiasi harga saham perusahaan dan semakin besar nilai laba dari setiap lembar saham (Rosdwanti & Dzulkirom AR, 2016). Dari rekomendasi beberapa penelitian di atas maka pengajuan hipotesis pada pengamatan ini adalah :

H3 : Pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap EPS

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Penulis menggunakan perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI sepanjang periode tahun 2017 – 2019. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut yaitu perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar pada BEI pada 2017 – 2019 yang modalnya termasuk ke dalam kategori BUKU II - IV

sesuai peraturan Bank Indonesia, yang mempunyai profit positif selama periode penelitian, dan memiliki *annual report* yang mengandung laporan mengenai CSR. Jumlah sampel yang didapat adalah 18 perusahaan perbankan.

Teknik Analisis Data

Pengamatan ini memakai data kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian kausal komparatif untuk mengamati suatu hubungan antara dua variabel atau lebih. Pengamatan memakai teknik analisis metode statistik deskriptif untuk menganalisis sebuah data dengan cara mendeskripsikan data yang sudah terkumpul. Analisis ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan data dalam variabel yang dilihat dari nilai *mean*, minimum, maksimum dan standar deviasi (Ghozali, 2006).

Uji – uji yang dilakukan pada pengamatan ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menguji hubungan antara variabel X terhadap variabel Y.

Pengaruh CSR pada profitabilitas :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = ROA / ROE / EPS

X = Tanggung jawab sosial (CSR)

b = Koefisien regresi untuk mengukur besarnya pengaruh X terhadap Y

a = Konstanta

Uji hipotesis yang dilakukan yaitu uji t untuk melihat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Penelitian ini juga menggunakan uji R² untuk menggambarkan kemampuan model pengamatan dalam menjelaskan variasi yang terjadi dalam variabel dependen.

PEMBAHASAN

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Hasil olah data uji statistik deskriptif yang berisi informasi mengenai nilai minimum, maksimum, *mean*, dan standar deviasi dari tiap – tiap variabel yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSDI	54	0.22	0.38	0.2670	0.03276
ROA	54	0.00	0.03	0.0145	0.00796
ROE	54	0.01	0.18	0.0991	0.04614
EPS	54	3.00	1159.00	252.0928	280.17890
Valid N (listwise)	54				

Hasil dari tabel statistik deskriptif menunjukkan 54 sampel perusahaan yang diamati dalam penelitian. Dari hasil analisis statistik deskriptif ditemukan bahwa nilai *mean* pada variabel CSR, ROA, dan ROE lebih besar daripada nilai standar deviasi yang memiliki arti bahwa nilai mean dapat merepresentasi keseluruhan data, sehingga mengindikasikan bahwa hasil yang cukup baik.

Nilai rata – rata dari CSR adalah 26,7%, sedangkan nilai maksimumnya adalah 38%, ini berarti masih banyak indikator CSR yang tidak diungkapkan pada laporan

keuangan perusahaan perbankan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, yaitu kategori lingkungan. Hal ini dikarenakan perbankan sebagai perusahaan jasa tidak menggunakan bahan atau melakukan aktivitas produksi yang erat hubungannya dengan permasalahan lingkungan. Selain itu, indikator lainnya yang tidak banyak diungkapkan oleh bank adalah kategori sosial yaitu hak asasi manusia. Sedangkan untuk kategori CSR yang paling banyak diungkapkan adalah kategori sosial bagian masyarakat. Pada tahun 2012 hingga 2016 alokasi dana CSR pada perusahaan maupun perbankan sangatlah besar untuk sektor pendidikan (Gunawan & Lubis, 2019). Untuk itu perusahaan perbankan seharusnya dapat mengungkapkan lebih banyak indikator – indikator CSR pada laporan keuangannya.

Untuk nilai rata – rata dari ROA perbankan selama 2017 – 2019 adalah 1,45% sedangkan nilai rata – rata dari ROE perbankan selama 2017 – 2019 adalah 9,9%. Pada surat edaran Bank Indonesia No. 13/24/DPNP, sebuah bank dikatakan mempunyai performa yang cukup baik jika memiliki nilai ROA diantara 0,5 % sampai dengan 1,25% dan bernilai baik jika diantara 1,25% sampai dengan 1,5%. Sedangkan untuk ROE, berdasarkan surat edaran Bank Indonesia No. 13/24/DPNP, sebuah bank dikatakan mempunyai performa yang cukup baik jika memiliki nilai ROE diantara 5% sampai dengan 12% dan bernilai baik jika berada diantara 12% sampai dengan 15%. Berdasarkan hasil statistik deskriptif, nilai rata – rata ROA dan ROE dari bank konvensional yang ada di Indonesia menunjukkan nilai yang cukup baik.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas data menggunakan uji kolmogorov menunjukkan data yang digunakan pada variabel ROA dan ROE terdistribusi secara normal dimana nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* yaitu 0,200 lebih besar dari 0,05. Sedangkan untuk hasil uji normalitas data untuk data yang digunakan pada variabel EPS tidak terdistribusi secara normal dimana nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* yaitu 0,022 lebih kecil dari 0,05 maka kemudian dilakukan transformasi data dengan menggunakan *square root* (sqrt) kemudian selanjutnya data kembali diuji normalitas dengan menggunakan kolmogorov dan menghasilkan bahwa data terdistribusi dengan normal dikarenakan nilai signifikansi dari uji normalitas untuk EPS adalah 0,200 lebih besar dari 0,05.

Tidak dilakukan uji multikolinearitas pada pengamatan ini dikarenakan pada penelitian ini hanya terdapat satu variabel independen.

Dari hasil uji autokorelasi dengan $K = 1$, $N = 54$, dimana nilai $dL = 1,5230$ dan nilai $4-dL = 2,4770$, serta nilai $dU = 1,5983$ dan nilai $4-dU = 2,4017$ diperoleh hasil bahwa nilai d untuk variabel ROA adalah 2,626 yang menunjukkan adanya gejala autokorelasi maka kemudian dilakukan uji *run test* yang hasilnya adalah 0,410 yang menunjukkan hasil tidak terdapat autokorelasi pada model penelitian ini dikarenakan nilai *Sig.* lebih dari 0,05. Hasil uji autokorelasi untuk ROE adalah 1,902 dan untuk EPS adalah 2,294 yang menunjukkan hasil tidak terdapat autokorelasi.

Setelah itu dilakukan uji heterokedastisitas dan menunjukkan nilai *Sig.* 0,223 untuk variabel ROA, nilai *Sig.* 0,120 untuk variabel ROE, dan nilai *Sig.* 0,812 untuk variabel EPS. Hasil tersebut menunjukkan tidak terdapat gejala heterokedastisitas pada penelitian ini dikarenakan nilai *Sig.* lebih dari 0,05.

Hasil Uji Regresi

Berdasarkan analisis hasil regresi dihasilkan bentuk persamaan regresi linier yang disusun sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$ROA = - 0,016 + 0.115CSR$$

$$ROE = - 0,088 + 0,699CSR$$

$$EPS = 12,764 + 5,898CSR$$

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta untuk ROA adalah – 0,016 yang berarti apabila nilai CSR adalah tetap atau 0 maka ROA akan menurun sebesar 0,016. Nilai konstanta untuk ROE adalah – 0,088 yang berarti apabila nilai CSR adalah tetap atau 0 maka ROE akan menurun sebesar 0,088. Nilai konstanta untuk EPS adalah 12,764 yang berarti apabila nilai CSR adalah tetap atau 0 maka EPS akan meningkat sebesar 12,764.

Hasil Uji t

Hasil uji t menunjukkan ROA memiliki nilai *Sig.* kurang dari 0,05 yang berarti CSR tersebut berpengaruh terhadap ROA, maka H1 diterima. Lalu ROE memiliki nilai *Sig.* pada CSR kurang dari 0,05 yang berarti CSR tersebut berpengaruh terhadap ROE. EPS memiliki nilai *Sig.* pada CSR kurang dari 0,05 yang berarti CSR tersebut berpengaruh terhadap EPS.

Tabel 1 Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Nilai ROA Perusahaan

Coefficients ^a		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	<i>Sig.</i>
1	(Constant)	-.016	.008		-2.028	.048
	CSR	.115	.030	.474	3.880	.000

a. Dependent Variable: ROA

Hasil uji t menunjukkan hasil bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap ROA. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H1 diterima dan CSR berpengaruh sebesar 22,4% terhadap ROA. Hasil pengamatan ini didukung oleh pengamatan yang dilakukan oleh Kinanti Chandra Sari dan Devi Farah Azizah (2019), oleh Lydia Angelita dan Herlina Lusmeida (2018), juga oleh Łukasz Matuszak and Ewa Rózańska (2017). Beberapa penelitian menunjukkan bukti bahwa inisiatif perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial mempunyai peran penting dalam meningkatkan laba dan nilai perusahaan. Pada perusahaan perbankan, semakin manajemen berhasil mengelola aset untuk menghasilkan pendapatan bunga bersih maka profitabilitas bank akan semakin meningkat dikarenakan hasil pendapatan bunga yang meningkat dari hasil penyaluran dana atau kredit yang diberikan terhadap masyarakat. Dengan adanya penerapan tanggung jawab sosial, masyarakat menjadi lebih percaya terhadap institusi perbankan dalam melakukan kredit yang menyebabkan pendapatan bunga juga meningkat (Pertiwi, 2019)

Tabel 2 Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Nilai ROE Perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.088	.046		-1.923	.060
	CSR	.699	.169	.497	4.127	.000

a. Dependent Variable: ROE

Hasil uji t menunjukkan hasil bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap ROE. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H2 diterima dan CSR berpengaruh sebesar 24,7% terhadap ROE. Hasil pengamatan ini didukung dengan hasil pengamatan yang dilakukan oleh Kinanti Chandra Sari dan Devi Farah Azizah (2019), oleh Lydia Angelita dan Herlina Lusmeida (2018), juga oleh Łukasz Matuszak and Ewa Rózańska (2017). Berdasarkan penelitian dengan judul “*Barriers to Green Consumption Behaviours: The Roles of Consumers’ Green Perceptions*” diungkapkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Nielsen tahun 2015 mengenai tanggung jawab sosial menunjukkan bahwa 55% konsumen online global di 60 negara bersedia mengeluarkan uang lebih untuk produk dan layanan dari perusahaan yang berkomitmen terhadap dampak sosial dan lingkungan yang positif. Penelitian yang sama juga mengungkapkan bahwa perusahaan yang menyampaikan inisiatif tanggung jawab sosial mengalami peningkatan sebesar 5% pada penjualan perusahaan. Dengan meningkatnya penjualan perusahaan maka laba perusahaan akan bertambah dan menyebabkan meningkatnya nilai ROE perusahaan (Peng Tan et al., 2016).

Tabel 3 Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Nilai EPS Perusahaan

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.764	1.936		6.593	.000
	sqrtCSR	5.898	1.455	.501	4.054	.000

a. Dependent Variable: sqrtEPS

Hasil uji t menunjukkan hasil bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap EPS. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H3 diterima dan CSR berpengaruh sebesar 25,1% terhadap EPS. Hasil pengamatan ini didukung dengan hasil pengamatan yang dilakukan oleh Kinanti Chandra Sari dan Devi Farah Azizah (2019), juga oleh Lydia Angelita dan Herlina Lusmeida (2018). Investor lebih berminat pada saham dengan EPS tinggi dibandingkan saham dengan EPS rendah (Adriani, 2020). EPS dianggap sebagai faktor terpenting dalam menentukan harga saham. CSR digunakan investor sebagai kriteria untuk memutuskan investasi pada perusahaan. Penelitian oleh Arma Yuliza (2018) mengenai pengaruh EPS terhadap harga saham menunjukkan bahwa sebagian besar investor individu mengambil keputusan investasi mereka berdasarkan nilai EPS (Yuliza, 2018). Investor yang mau berinvestasi akan menganalisis kondisi perusahaan terlebih dahulu untuk memprediksi keuntungan. Mendapatkan keuntungan adalah tujuan utama investor investasi, hal inilah yang menyebabkan EPS berpengaruh terhadap *return* saham.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b		
Model	R	R Square
1	.474 ^a	0.224
a. Predictors: (Constant), CSR		
b. Dependent Variable: ROA		

Model Summary ^b		
Model	R	R Square
1	.497 ^a	0.247
a. Predictors: (Constant), CSR		
b. Dependent Variable: ROE		

Model Summary ^b		
Model	R	R Square
1	.501 ^a	0.251
a. Predictors: (Constant), sqrtCSR		
b. Dependent Variable: sqrtEPS		

Dari uji koefisien determinasi (R²) pada hubungan antara CSR dan ROA dihasilkan bahwa nilai koefisien determinasi adalah 0.224 atau 22,4%, nilai koefisien determinasi pada hubungan antara variabel CSR dan variabel ROE adalah 0,247 atau 24,7%, dan nilai koefisien determinasi pada hubungan antara variabel CSR dan variabel EPS adalah 0.251 atau 25.1%. Hal tersebut berarti bahwa variabel CSR mempengaruhi variabel ROA sebesar 22,4%, variabel CSR mempengaruhi variabel ROE sebesar 24,7%, dan variabel CSR mempengaruhi variabel EPS sebesar 25,1%. Sisanya berasal dari variabel lain yang berada di luar model.

Jika dilihat dari hubungan antara pengungkapan CSR terhadap profitabilitas perbankan yang diproksikan dengan ROA, ROE dan EPS, hasil uji koefisien determinasi yang kecil dapat disebabkan oleh dampak dari CSR yang tidak signifikan dalam jangka pendek terhadap profitabilitas perusahaan. Pengungkapan CSR disebutkan memiliki korelasi positif yang signifikan dengan kinerja keuangan bank di negara-negara anggota *Gulf Cooperation*. Selanjutnya, terdapat korelasi positif antara pengungkapan CSR dengan kinerja keuangan masa depan bank di negara tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan CSR bank saat ini mungkin memiliki dampak jangka panjang terhadap kinerja keuangan mereka (Platonova et al., 2018). Studi telah menemukan bahwa ketika persaingan antar perusahaan semakin ketat, kegiatan CSR akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan (Kim et al., 2018). Hasil penelitian lainnya menunjukkan bahwa strategi CSR yang berbeda memiliki pengaruh yang berbeda terhadap strategi perusahaan dan terhadap kinerja keuangan perusahaan, tetapi CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan secara umum (Theodoulidis et al., 2017). Dengan demikian, hubungan antara tanggung jawab sosial dan kinerja keuangan masih kontroversial. Alasan utamanya terletak pada studi yang ada mengabaikan perbedaan antara dampak jangka panjang dan jangka pendek dari CSR. Secara khusus, bank memiliki sumber daya yang terbatas dalam jangka pendek, sehingga mereka harus membayar biaya keuangan tertentu untuk melakukan tanggung jawab sosial, dan jika bank berinvestasi terlalu banyak dalam tanggung jawab sosial, itu dapat secara langsung berdampak negatif pada operasi normal mereka sehingga dapat berdampak negatif pada kinerja keuangan jangka pendeknya. Namun, dalam jangka panjang, tanggung jawab bank kepada pemerintah mendorong untuk terjalinnya hubungan yang baik antara bank dan pemerintah, sehingga memperoleh dukungan pemerintah. Tanggung jawab sosial bank kepada karyawannya dapat meningkatkan kohesi dan semangat kerja karyawan, sehingga meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Tanggung jawab bank kepada pemegang saham meningkatkan kepercayaan pemegang saham terhadap bank,

meningkatkan kepentingan pemegang saham dan menarik pemegang saham baru, yang mendorong perkembangan bank dalam jangka panjang. Perbankan secara aktif melakukan tanggung jawab sosial kepada nasabah untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabah, serta meningkatkan integritas bank, sehingga dapat menjaga hubungan baik dengan nasabah, yang baik bagi perkembangan jangka panjang bank. Tanggung jawab sosial bank dalam usaha kesejahteraan masyarakat membentuk citra yang baik di masyarakat, dan dapat menyampaikan kepada dunia luar sinyal operasi bank yang baik untuk menarik lebih banyak investor juga nasabah dan pada akhirnya mengarah pada peningkatan kinerja keuangan jangka panjangnya (Zhou et al., 2021).

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap ROA, ROE, dan EPS. Citra perusahaan dan kepuasan pelanggan secara parsial memediasi hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan. Studi menyimpulkan bahwa tanggung jawab sosial secara signifikan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan dengan mengembangkan citra positif di antara para pemangku kepentingan. Perusahaan semakin menyadari pentingnya tanggung jawab sosial, meskipun CSR akan meningkatkan beban keuangan bank dalam jangka pendek, namun, dalam jangka panjang CSR cenderung lebih banyak memberikan benefit bagi pemangku kepentingan perbankan. UU No.40 Tahun 2007 tidak mengatur berapa besar biaya yang harus dikeluarkan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat menerapkan strategi dan kegiatan CSR yang sesuai dengan kemampuan perusahaan masing – masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, A. (2020). Earning per share, sinyal positif bagi investor saham syariah? *Proceeding of National Conference on Accounting & ...*, 2, 47–59. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol2.art5>
- Alipudin, A. (2016). PENGARUH EPS, ROE, ROA DAN DER TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR SEMEN YANG TERDAFTAR DI BEI. *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*. <https://doi.org/10.34204/jiafe.v2i1.521>
- Amalia, S. et al. (2021). The Impact of Financial Ratio Indicators on Banking Profitability in Indonesia. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(8), 580–588.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2007). Fundamentals of financial management (Dasar-dasar Manajemen Keuangan). In *Engineering and Process Economics*.
- Cho, S. J., Chung, C. Y., & Young, J. (2019). Study on the relationship between CSR and financial performance. *Sustainability (Switzerland)*, 11(2), 1–26. <https://doi.org/10.3390/su11020343>
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. In *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Edward Freeman, R., & Evan, W. M. (1990). Corporate governance: A stakeholder interpretation. *The Journal of Behavioral Economics*. [https://doi.org/10.1016/0090-5720\(90\)90022-Y](https://doi.org/10.1016/0090-5720(90)90022-Y)
- Fahham, A. M., SURYANI, A. S., WAHYUNI, D., ASTRI, H., HAKIM, L. N.,

- MULYADI, M., TEJA, M., PRIHATIN, R. B., & PRAYITNO, U. S. (2015). *Corporate Social Responsibility : Konsep, Strategi, dan Implementasi*.
- Fatah, K. A., & Haryanto, M. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1–20.
- Freeman, E. R. 1984. (1984). Freeman, E.R. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*.
- Gantino, R. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 19–32. <https://doi.org/10.24815/jdab.v3i2.5384>
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Global Reporting Initiative. (2016). Pedoman Pelaporan Keberlanjutan G4: Prinsip-Prinsip Pelaporan dan Pengungkapan Standar. *Global Reporting Initiative*, 1–92. www.globalreporting.org
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>
- Gunawan, M. I. P., & Lubis, A. T. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Bidang Pendidikan Dalam Laporan Tahunan Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 4(1), 67–84. <https://doi.org/10.35836/jakis.v4i1.30>
- Harahap, S. S. (2018). Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. In *Rajawali Pers*.
- Idowu, S. O. (2019). *ISO 26000—A Standardised View of Corporate Social Responsibility Practices, Cases and Facts: An Introduction*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-92651-3_1
- Kasmir. (2018). Analisis Laporan Keuangan, Edisi Satu, Cetakan Kesebelas. In *Raja Grafindo Persada*.
- Khelif, H., Guidara, A., & Souissi, M. (2015). Corporate social and environmental disclosure and corporate performance. *Journal of Accounting in Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/jaee-06-2012-0024>
- Kim, K. H., Kim, M. C., & Qian, C. (2018). Effects of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance: A Competitive-Action Perspective. *Journal of Management*, 44(3), 1097–1118. <https://doi.org/10.1177/0149206315602530>
- Mahmood, A., & Bashir, J. (2020). How does corporate social responsibility transform brand reputation into brand equity? Economic and noneconomic perspectives of CSR. *International Journal of Engineering Business Management*, 12, 1–13. <https://doi.org/10.1177/1847979020927547>
- Matuszak, Ł., & Róžańska, E. (2017). An examination of the relationship between CSR disclosure and financial performance: The case of Polish banks. *Journal of Accounting and Management Information Systems*, 16(4), 522–533. <https://doi.org/10.24818/jamis.2017.04005>
- Paiva, I. S., & Carvalho, L. C. (2020). *Conceptual and Theoretical Approaches to Corporate Social Responsibility, Entrepreneurial Orientation, and Financial Performance*.
- Peng Tan, L., Johnstone, M.-L., & Yang, L. (2016). No Title. *Barriers to Green Consumption Behaviours: The Roles of Consumers' Green Perceptions*.

- <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2016.08.001>
- Pertiwi, L. (2019). *Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Bei. I(2)*, 282–291.
- Platonova, E., Asutay, M., Dixon, R., & Mohammad, S. (2018). The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence from the GCC Islamic Banking Sector. *Journal of Business Ethics*, 151(2), 451–471. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3229-0>
- Pratiwi, A., Nurulrahmatia, N., & Muniarty, P. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI. *Owner*, 4(1), 95. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.201>
- Robbette, N., De Villiers, R., & Harmse, L. (2017). The effect of earnings per share categories on share price behaviour: Some South African evidence. *Journal of Applied Business Research*, 33(1), 141–152. <https://doi.org/10.19030/jabr.v33i1.9886>
- Rosdwianti, M. K., & Dzulkirom AR, M. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 38(2), 16–22.
- Saiful, S., & Ayu, D. P. (2019). Risks Management and Bank Performance: the Empirical Evidences From Indonesian Conventional and Islamic Banks. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(4), 90–94. <https://doi.org/10.32479/ijefi.8078>
- Sari, K. C., & Azizah, D. F. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Sektor Agrikultur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Simpson, W. G., & Kohers, T. (2002). The link between corporate social and financial performance: Evidence from the banking industry. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1023/A:1013082525900>
- Sudana, I. M. (2011). Manajemen Keuangan Perusahaan Teori & Praktik. In *Erlangga*.
- Theodoulidis, B., Diaz, D., Crotto, F., & Rancati, E. (2017). Exploring corporate social responsibility and financial performance through stakeholder theory in the tourism industries. *Tourism Management*, 62, 173–188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.03.018>
- Yasir Ali, H., & Qaiser Danish, R. (2018). How corporate social responsibility boosts firm financial performance: The mediating role of corporate image and customer. *How Corporate Social Responsibility Boosts Firm Financial Performance: The Mediating Role of Corporate Image and Customer*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/csr.1781>
- Yuliza, A. (2018). The Effects of Earnings Per Share and Firm Size to Stock Price LQ45 Company Listed in Indonesian Securities. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.9), 247. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i4.9.21089>
- Zhou, G., Sun, Y., Luo, S., & Liao, J. (2021). Corporate social responsibility and bank financial performance in China: The moderating role of green credit. *Energy Economics*, 97, 105190. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2021.105190>

