

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN PERBANKAN DI INDONESIA

**(Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di
Bursa Efek Indonesia tahun 2009 - 2011)**

Sapto Bayu Aji

Akademi Akuntansi YKPN Yogyakarta

Email: aji_bramanti@yahoo.com

ABSTRACT

CSR is a company's commitment to improve the well-being of the community through the wisdom business practices and contributions of resources of the company. The study aims to determine the impact of CSR which is expressed by spending funds on the reaction of investors in the capital market. This study examines whether the Corporate Social Responsibility (CSR) with several control variables has an influence on the company's financial performance. Financial performance is proxied with the company's stock price. Using data of annual financial statements and sustainability reports banking companies listed in Indonesia Stock Exchange from 2009 to 2011, the study reports that CSR has a relationship and positive effect on company's stock price.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Stock Price, and Banking.*

PENDAHULUAN

Sebuah Perusahaan tidak dapat mengabaikan permasalahan sosial dan lingkungan di dalam aktivitas bisnisnya, karena perusahaan merupakan bagian dari lingkup sosial dan lingkungan. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Bolanle, Adebisi, dan Muyideen (2012) mengemukakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan aset perusahaan, perusahaan dapat memperoleh keuntungan besar dalam hal reputasi perusahaan (*corporate reputations*) dan penciptaan nilai perusahaan (*corporate value*) pada generasi saat ini dan masa yang akan datang. Keuntungan besar adalah harapan dari setiap perusahaan, sehingga perusahaan selalu membuat keputusan untuk meningkatkan keuntungan dari waktu ke waktu, karena keuntungan yang diperoleh dapat digunakan untuk mengem-bangkan perusahaan sehingga dapat selalu bersaing

dengan perusahaan lain dan memberikan *return* kepada *shareholder*.

Survei tentang hubungan CSR terhadap citra perusahaan telah dilakukan oleh tiga lembaga internasional independen dari tiga negara, yaitu *Envionics International-Canada*; *Conference Board-United States*; dan *Prince of Wales Business Leader Forum-England*. Survei dengan responden 25.000 konsumen di 23 negara tersebut menghasilkan 60% responden berpendapat bahwa tanggung jawab sosial perusahaan menjadi poin utama dalam menilai suatu perusahaan baik atau tidak, 40% responden memilih faktor fundamental bisnis sebagai alat untuk menilai perusahaan, seperti kinerja keuangan, ukuran perusahaan, strategi perusahaan, dan kinerja manajemen (Prastowo dan Huda, 2011).

Keadaan tersebut didukung oleh pemerintah yang pada tanggal 20 Juli 2007 telah mengeluarkan UU No. 40 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) khususnya pasal 74 yang mewajibkan adanya tanggung jawab sosial perusahaan bagi perusahaan di Indonesia.

Undang-Undang tersebut mewajibkan seluruh perusahaan yang berbentuk PT untuk melaksanakan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar, tidak terkecuali perusahaan Perbankan. Meskipun tidak secara langsung memberikan dampak terhadap lingkungan, namun permasalahan yang muncul di sektor perbankan menjadi suatu keadaan yang dapat mempengaruhi tatanan global. Contoh kasus perbankan di Indonesia yang kemungkinan besar dapat mengakibatkan gejala perekonomian dan masih dalam pembicaraan adalah kasus Bank Century pada tahun 2008. Keputusan Komite Stabilitas Sistem Keuangan (KSSK) menetapkan Bank Century sebagai bank gagal yang berdampak sistemik pada tanggal 21 November 2008 menuai banyak pro dan kontra baik dari kalangan pemerintah sendiri maupun dari para ekonom dan mahasiswa. Menurut Perpu Jaring Pengaman Sistem Keuangan (JPSK) berdampak sistemik adalah suatu kondisi sulit yang ditimbulkan oleh suatu Bank, LKBB, dan/atau gejala pasar keuangan yang apabila tidak diatasi dapat menyebabkan kegagalan sejumlah Bank dan/atau LKBB lain sehingga menyebabkan hilangnya kepercayaan terhadap sistem keuangan dan perekonomian nasional. Penurunan tingkat kepercayaan masyarakat pada bank akan menimbulkan keinginan untuk menarik dana yang disimpan di bank. Salah satu upaya pemerintah dalam pencegahan dan penanganan situasi tersebut dengan mengeluarkan biaya penyelamatan sebesar 6,7 triliun rupiah untuk menyuntikkan dana ke Bank Century. Kasus tersebut membuat banyak pihak (termasuk para wakil rakyat di DPR) tersita perhatiannya pada masalah itu, sehingga mengakibatkan penanganan untuk permasalahan-permasalahan masyarakat (contoh: kemiskinan, kesehatan, pendidikan) sedikit terabaikan, keadaan inilah yang dikatakan dapat mempengaruhi tatanan global.

Pada saat ini, pandangan para pemegang saham (*shareholder*) yang menekankan mengenai profitabilitas di atas tanggungjawab dan melihat perusahaan sebagai alat bagi pemiliknyanya telah berubah. Kesadaran para *shareholder* tentang pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan sudah sangat tinggi. Bagi para pemakai informasi keuangan khususnya para investor di pasar modal, informasi mengenai pelaksanaan CSR oleh perusahaan merupakan alternatif baru dalam

melakukan penilaian terhadap kinerja keuangan suatu emiten. Penelitian yang telah dilakukan oleh Bolanle, *et al.* (2012) menunjukkan bahwa CSR berkorelasi positif dan signifikan dengan kinerja keuangan. Implikasi dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Bolanle, *et al.* tersebut adalah kinerja keuangan perusahaan akan meningkat jika emiten melaksanakan CSR dengan jumlah dana yang *reliable*. Dengan demikian, investor yang rasional akan menggunakan CSR sebagai informasi penting dalam pengambilan keputusan investasi saham yang akan dilakukan. Hal ini mengingat bahwa pelaksanaan CSR merupakan salah satu alternatif perusahaan untuk meningkatkan *corporate value* yang pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan perusahaan, sehingga investor yang rasional akan lebih memprioritaskan untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut.

Uraian di atas yang mengemukakan peran CSR dalam meningkatkan *corporate value* dan alternatif baru dalam melakukan penilaian terhadap kinerja keuangan suatu emiten, maka konteks tersebut menimbulkan pertanyaan apakah pelaksanaan CSR di perusahaan perbankan berhubungan dan berpengaruh terhadap kenaikan maupun penurunan harga saham perusahaan di pasar modal. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.

LANDASAN TEORI

CSR merupakan sebuah tanggungjawab sosial yang tidak dapat dipandang sebelah mata oleh perusahaan dan juga merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kepentingan serta kebutuhan lingkungan sekitarnya. Penerapan CSR akan dimulai sejak adanya kesadaran dari perusahaan bahwa keberlangsungan perusahaan dalam jangka waktu panjang lebih penting dibandingkan keuntungan (*profit*) perusahaan. Dari uraian tersebut, maka beberapa landasan teori yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Stakeholder Theory

Teori *stakeholder* adalah suatu teori yang menekankan bahwa perusahaan merupakan sebuah sistem operasi pemegang saham yang

terkait dengan sistem yang lebih besar yaitu masyarakat yang menyediakan keperluan hukum dan infrastruktur pasar untuk kegiatan perusahaan. Tujuan dari perusahaan adalah untuk menciptakan kekayaan atau nilai pemegang saham dengan mengkonversi saham mereka ke dalam barang dan jasa (Clarkson, 1994).

Stakeholder merupakan individu atau kelompok yang dipengaruhi oleh tercapainya tujuan-tujuan organisasi dan dapat mempengaruhi tercapainya tujuan-tujuan organisasi tersebut (Freeman, 2004). Duran dan Radojicic (2004) berpendapat bahwa yang berperan sebagai *stakeholder* adalah pemegang saham, tenaga kerja, pemasok, bank, pelanggan, pemerintah, dan komunitas yang memegang peranan penting dalam organisasi. Oleh karena itu perusahaan harus memperhitungkan semua kepentingan dan nilai-nilai dari para *stakeholdernya*.

Karsberg dan Persson (2005) berpendapat bahwa masyarakat dan media merupakan *stakeholder* terpenting bagi perusahaan. Masyarakat dapat memberikan penilaian secara langsung terhadap kinerja perusahaan, sedangkan media memiliki kekuatan untuk meng-komunikasikan atau membeberkan informasi mengenai keadaan perusahaan, apakah dalam keadaan baik atau malah dalam keadaan buruk.

Stakeholder merupakan seluruh subyek yang berpartisipasi dan berkontribusi pada aktivitas perusahaan serta yang sangat peduli dengan segala keputusan yang diambil perusahaan (Biscaccianti, 2003). *Stakeholder* merupakan individu atau kelompok yang memiliki kepentingan dan dapat pula mempengaruhi jalannya operasional organisasi (Savage, *et al.*, 1991).

Uraian di atas menunjukkan bahwa *stakeholder* merupakan bagian yang tidak dapat dikesampingkan oleh perusahaan. Keadaan tersebut sesuai dengan teori *stakeholder* yang mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Oleh karena itu, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

2. Legitimacy Theory

Teori legitimasi adalah suatu keadaan atau status yang ada ketika suatu sistem nilai perusahaan sejalan dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar dimana perusahaan merupakan bagiannya. Pada saat kedua sistem tersebut selaras, kondisi legitimasi perusahaan juga akan terjaga. Namun, apabila terdapat suatu perbedaan antara kedua sistem nilai tersebut, maka akan menimbulkan ancaman terhadap legitimasi perusahaan (Ghozali dan Choriri, 2007).

Organisasi bisnis, baik yang berskala kecil maupun yang berskala besar akan berusaha untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat luas akan eksistensinya sehingga legitimasi masyarakat dapat diperoleh. Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi organisasi untuk mengembangkan perusahaan di masa yang akan datang, mengingat bahwa legitimasi merupakan keadaan psikologi keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun yang non fisik (O'Donovan, 2002).

Organisasi bisnis berusaha untuk menciptakan keselarasan antara nilai-nilai yang melekat pada aktivitas bisnisnya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat, yang mana organisasi juga merupakan bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual atau potensial terjadi diantara kedua sistem tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan (Van der Laan, 2009).

Ghozali dan Choriri (2007) juga mendefinisikan teori legitimasi merupakan suatu keadaan atau status yang ada ketika suatu sistem nilai perusahaan sejalan dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar dimana perusahaan merupakan bagiannya. Pada saat kedua sistem tersebut selaras, kondisi legitimasi perusahaan juga akan terjaga. Namun, apabila terdapat suatu perbedaan antara kedua sistem nilai tersebut, maka akan menimbulkan ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Legitimasi merupakan kondisi yang sangat diharapkan setiap organisasi (perusahaan), sehingga perusahaan akan berusaha dari

waktu ke waktu untuk dapat menyelaraskan dengan sistem sosial di sekitarnya. Karena dengan hancurnya legitimasi perusahaan, maka lambat laun menyebabkan keberadaan (eksistensi) perusahaan juga akan berakhir.

Barkemeyer (2007) mengungkapkan bahwa penjelasan tentang kekuatan teori legitimasi organisasi dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan di negara berkembang terdapat dua hal; pertama, kapabilitas untuk menempatkan motif maksimalisasi keuntungan membuat gambaran lebih jelas tentang motivasi perusahaan memperbesar tanggung jawab sosialnya; kedua, legitimasi organisasi dapat untuk memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda.

Uraian di atas menekankan dan memaparkan bahwa teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari pelaksanaan program CSR. Program tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Artinya, dengan mekanisme tata kelola dan profitabilitas yang memadai, perusahaan tetap akan mendapatkan keuntungan positif, yaitu mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan keuntungan perusahaan di waktu yang akan datang.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah mulai dikenal sejak tahun 1970-an dengan berbagai macam definisi dari setiap peneliti, tidak ada definisi CSR secara universal yang dianggap sebagai standar definisi umum. Setiap organisasi mempunyai kerangka definisi yang berbeda mengenai CSR, tetapi cenderung memiliki kesepakatan yang sama mengenai ruang lingkupnya.

Ioannou dan Serafeim (2010) mengemukakan bahwa CSR merupakan suatu kerangka tindakan yang menekankan pada empat (4) komponen utama: tanggung jawab ekonomik kepada investor dan konsumen, tanggung jawab hukum kepada pemerintah dan aturan yang berlaku, tanggung jawab yang bersifat etis kepada masyarakat, dan tanggung jawab kepada komunitas.

Kotler dan Lee (2005) mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui kebijaksanaan praktek bisnis dan kontribusi

sumber daya dari perusahaan. CSR didefinisikan ISO 26000 sebagai tanggung jawab organisasi terhadap dampak dari keputusan serta pelaksanaannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan yang berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, dan tindakan ini dilakukan dengan mempertimbangkan harapan stakeholder, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

Ambadar (2008), CSR didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerjasama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis maupun untuk pembangunan. Dari berbagai macam definisi CSR tersebut, secara umum CSR melingkupi tata kelola perusahaan terkait dengan komitmen aktivitas bisnis perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan disekitarnya (seperti masalah kemiskinan, perburuhan, hak asasi manusia, dan isu-isu lingkungan hidup). Konsekuensi yang akan diterima perusahaan cukup berat, mengingat bahwa masyarakat merupakan sumber daya manusia, sumber daya alam, dan konsumen dari produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Keadaan ini memaksa perusahaan perlu untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan baik, agar terbentuk hubungan yang positif dengan masyarakat maupun *stakeholder* yang lain.

Perumusan Hipotesis

Pengeluaran dana CSR secara langsung akan meningkatkan (menambah) pembiayaan yang harus ditanggung perusahaan. Peningkatan biaya perusahaan pada akhirnya akan mengurangi profit perusahaan. Profit yang semakin kecil dari suatu perusahaan secara umum akan mengakibatkan kurangnya ke-tertarikan investor untuk meng-investasikan dananya. Hal ini akan menyebabkan penurunan

an pembelian saham perusahaan. Namun menurut Bolanle et.al. (2012) tanggung jawab sosial perusahaan akan meningkatkan reputasi perusahaan dan nilai perusahaan. Peningkatan reputasi dan nilai perusahaan akan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan perbankan, sehingga pada akhirnya profitabilitas juga akan meningkat. Kenaikan profitabilitas akan meningkatkan ketertarikan para investor untuk menanamkan dananya pada perusahaan. Semakin banyak investor yang berinvestasi maka harga saham perusahaan semakin meningkat, hal ini mengingat adanya hukum permintaan dan penawaran dalam ilmu ekonomi. Sehingga pengeluaran dana perusahaan dalam rangka pelaksanaan CSR akan meningkatkan ketertarikan investor di dalam menginvestasikan dananya melalui pembelian saham perusahaan. Dalam penelitiannya, Bolanle, *et al.* (2012) meneliti tentang hubungan antara *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan di industri perbankan di Nigeria – studi kasus pada *First Bank of Nigeria*. Sumber data menggunakan laporan keuangan tahunan dari periode tahun 2001 – 2010 sebagai bahan perhitungan eksperimen. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang positif (+) antara pengeluaran dana untuk CSR dan kinerja keuangan bank. Hasil serupa juga didapatkan dari penelitian Orlitzky, Schmidt, dan Rynes (2003) yang mengungkapkan bahwa antara CSR dan kinerja keuangan terdapat hubungan yang sangat kuat. Namun hasil tersebut tidak didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Tjia dan Setiawati (2012). Tjia dan Setiawati (2012) meneliti tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan – Studi empiris pada industri perbankan di Indonesia. Sampel penelitian menggunakan perusahaan perbankan yang listing di BEI pada periode 2008 – 2010 dengan jumlah 21 perusahaan. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dari uraian tersebut maka rumusan hipotesis adalah sebagai berikut:

H1: *Corporate Social Responsibility* berhubungan positif dengan harga saham perusahaan perbankan di Indonesia.

Survei tentang hubungan CSR terhadap citra perusahaan yang dilakukan oleh tiga lembaga internasional independen dari tiga

negara menghasilkan 60% responden berpendapat bahwa tanggung jawab sosial perusahaan menjadi poin utama dalam menilai suatu perusahaan baik atau tidak, 40% responden memilih faktor fundamental bisnis sebagai alat untuk menilai perusahaan, seperti kinerja keuangan, ukuran perusahaan, strategi perusahaan, dan kinerja manajemen (Prastowo dan Huda, 2011). Hasil survei tersebut didukung oleh penelitian Weshah, Dahiyat, Awwad, dan Hajjat. (2012) yang meneliti tentang pengaruh CSR pada kinerja keuangan perusahaan – Studi kasus pada perusahaan perbankan di Yordania. Sampel penelitian menggunakan perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek Yordania dan sumber data yang digunakan adalah laporan keuangan di tahun 2011. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan pada perusahaan perbankan di Yordania. Hasil tersebut juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cellier dan Chollet (2010). Namun hasil penelitian tersebut berkebalikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kamal (2013). Kamal (2013) meneliti tentang pengaruh CSR pada kinerja keuangan perusahaan – Studi kasus pada perusahaan perbankan di Mesir. Sampel penelitian menggunakan perusahaan perbankan yang beroperasi di Mesir dan sumber data yang digunakan adalah laporan keuangan dari tahun 1999 sampai dengan tahun 2011. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa CSR berhubungan negatif terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan profitabilitas pada perusahaan perbankan di Mesir. Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan hipotesis adalah sebagai berikut:

H2: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap harga saham perusahaan perbankan di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode penelitian tahun 2009 - 2011. Sampel penelitian dipilih dengan menggunakan metode *purpose sampling*.

Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen, variabel dependen, dan variabel kontrol.

1. Variabel Independen (*Independent Variable*) dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* yang dalam penelitian ini disimbolkan CSR. Sampai dengan saat ini, sebagian besar penelitian mengenai tanggung jawab sosial perusahaan masih menitik-beratkan laporan kegiatan CSR perusahaan dengan mengacu pada *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai data yang digunakan dalam penelitian, tetapi masih belum banyak yang menggunakan nilai nominal sesungguhnya dari pengeluaran yang telah dilakukan perusahaan untuk program CSR sebagai data dalam penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk menguji sejauh mana kepedulian perusahaan terhadap sosial dan lingkungan dengan menggunakan nilai nominal sesungguhnya yang dikeluarkan perusahaan dalam rangka pelaksanaan program-program CSR sebagai data yang digunakan dalam penelitian. Pengambilan data dari jumlah dana yang dikeluarkan perusahaan untuk program CSR dalam penelitian ini dilakukan secara *non repeated* pada laporan keuangan tahunan atau *sustainability report* perusahaan (artinya hanya mengambil satu informasi mengenai jumlah dana yang dikeluarkan perusahaan dari informasi yang tertuang pada laporan keuangan tahunan perusahaan atau *sustainability report* perusahaan). Variabel CSR diukur dengan LOG nilai nominal pengeluaran dana yang dilakukan perusahaan untuk program CSR.
2. Variabel Dependen (*Dependent Variable*) dalam penelitian ini adalah harga saham dari perusahaan yang disimbolkan SP (*stock price*). SP merupakan harga dari saham di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar (Jogiyanto, 2010). Variabel SP yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga saham saat penutupan pada tanggal 31 Desember.
3. Variabel kontrol dalam penelitian ini adalah laba per lembar saham/*earning per*

share (EPS), laba bersih/*earning after tax* (EAT), dan *price earning ratio* (PER). EPS merupakan rasio yang bermanfaat untuk mengukur besarnya laba yang dapat dihasilkan dan berpotensi untuk dibagikan sebagai dividen kepada setiap pemegang satu lembar saham biasa (Gibson, 2012). Variabel kontrol EPS diukur dengan total laba bersih dibagi jumlah lembar saham biasa yang beredar. EAT merupakan selisih dari total pendapatan dikurangi total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Variabel kontrol EAT diukur dengan LOG total laba bersih. PER merupakan rasio dari harga saham terhadap *earnings*. Rasio ini menunjukkan berapa besar investor menilai harga dari saham terhadap kelipatan *earnings* (Jogiyanto, 2010). Variabel kontrol PER diukur dengan harga pasar saham dibagi laba per lembar saham (EPS).

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi Pearson dan regresi linear berganda (*multiple linier regression metode*). Analisis korelasi Pearson dan regresi linear berganda dilakukan dengan pengolahan data melalui software SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Untuk model analisis regresi dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$SP = a + b_1CSR + b_2EPS + b_3EAT + b_4PER + e$$

Keterangan:

SP	= Stock Price
CSR	= Corp. Social Responsibility
EPS	= Earning per Share
EAT	= Earning after Tax
PER	= Price Earning Ratio
e	= Error Term

Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat menunjukkan nilai koefisien regresi atas variabel bebas (*independent variable*), positif atau negatif. Koefisien regresi b akan bernilai positif (+) jika menunjukkan hubungan searah antara variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Artinya kenaikan variabel bebas akan mengakibatkan kenaikan variabel terikat dan sebaliknya, penurunan

variabel bebas akan mengakibatkan penurunan variabel terikat. Koefisien regresi b akan bernilai negatif (-) jika menunjukkan hubungan berlawanan arah antara variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Artinya kenaikan variabel bebas akan mengakibatkan penurunan variabel terikat dan sebaliknya, penurunan variabel bebas akan mengakibatkan kenaikan variabel terikat. Kesalahan pengganggu yang biasa disimbolkan dengan e bukan hanya berupa penyimpangan individual, tetapi adanya variabel lain yang dapat mempengaruhi perubahan variabel terikat, namun tidak dimasukkan dalam model persamaan.

HASIL ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN

Objek penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI dari tahun 2009 – 2011. Berdasarkan pemilihan sampel dengan menggunakan metode *purpose sampling* diperoleh jumlah sampel perusahaan perbankan sebanyak 19 perusahaan dari 31

perusahaan bank yang terdaftar di BEI. Total observasi yang digunakan dalam sampel perusahaan perbankan sebanyak 46 observasi. Data sampel perusahaan dapat dilihat di lampiran.

Pengolahan data penelitian menggunakan software SPSS versi 16. Hasil pengujian asumsi klasik pada perusahaan perbankan dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak ada masalah heterokedastisitas, autokorelasi, multikolinearitas, dan terdistribusi secara normal. Hasil uji asumsi klasik tersebut menunjukkan bahwa data (observasi) yang tersedia telah memenuhi syarat untuk model regresi berganda (*multiple regression method*). Hasil korelasi dan regresi perusahaan perbankan ditunjukkan sebagai berikut:

Output SPSS pada tabel 1 menunjukkan besarnya nilai koefisien korelasi dan probabilitas atau sig. (1-tailed) dari variabel independen tanggung jawab sosial pada perusahaan perbankan sebesar 0,747 dan 0,000.

Tabel 1
Hasil Statistik Deskriptif dan Analisis Korelasi Perusahaan Perbankan

		Harga Saham	Tanggung Jawab Sosial	Laba Per Lembar Saham	Laba Bersih	Price Earning Ratio
Statistik Deskriptif	Mean	1,000	,747	,959	,573	-,120
	St. D	,747	1,000	,727	,578	-,059
	N	46	46	46	46	46
Korelasi Pearson	Harga Saham	1,000				
	Tanggung Jawab Sosial	,747	1,000			
	Laba Per Lembar Saham	,959	,727	1,000		
	Laba Bersih	,573	,578	,611	1,000	
	Price Earning Ratio	-,120	-,059	-,178	,249	1,000

Nilai probabilitas atau sig. (1-tailed) tersebut lebih kecil dari ketentuan 0,05 (0,000 < 0,05), hasil tersebut menunjukkan korelasi positif yang signifikan antara tanggung jawab sosial (CSR) dengan harga saham perusahaan perbankan. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 (H_1) yang merumuskan *Corporate Social Responsibility* berhubungan positif dengan harga saham perusahaan perbankan di Indonesia diterima. Hasil ini mendukung

penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Orlitzky, Schmidt, dan Rynes (2003) serta Bolanle, *et al.* (2012).

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel CSR bernilai positif sebesar 296,029 dan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,920 dengan tingkat signifikansi 0,062. Hasil t_{tabel} sebesar 1,680 pada signifikansi 0,1, sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,920 > 1,680) dan signifikansi < 0,1 (0,062 <

0,1). Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel CSR pada perusahaan perbankan merupakan salah satu variable yang berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham perusahaan sehingga tidak dapat dikesampingkan oleh perusahaan, karena variabel CSR dapat meningkatkan maupun menurunkan harga saham perusahaan di pasar modal. Dengan demikian, hasil ini membuktikan bahwa CSR berkorelasi dan berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham perusahaan perbankan di Indonesia. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 2 (H_2) yang merumuskan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap harga saham perusahaan perbankan di

Indonesia diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Cellier dan Chollet (2010) serta Weshah, *et al.* (2012).

Variabel kontrol laba per lembar saham (EPS) juga menunjukkan korelasi dan pengaruh positif signifikan terhadap harga saham perusahaan perbankan, sedangkan variabel kontrol rasio harga saham dengan laba per lembar saham (PER) menunjukkan korelasi negatif tidak signifikan dan tidak berpengaruh terhadap harga saham. Hasil variabel kontrol laba bersih (EAT) menunjukkan bahwa EAT mempunyai korelasi positif signifikan, namun tidak berpengaruh terhadap harga saham perusahaan perbankan.

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Perusahaan Perbankan

Variable	Coefficients	Std. Error	t-Statistic	Sig.
(Constant)	-1374,72	1383,303	-,994	,326
Tanggung Jawab Sosial	296,029	154,147	1,920	,062
Laba per Lembar Saham	13,090	,948	13,801	,000
Laba Bersih	-112,789	75,256	-1,499	,142
Price Earning Ratio	4,650	2,857	1,628	,111

Berdasarkan output SPSS pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai adjusted R square perusahaan perbankan sebesar 0,924 atau 92,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel CSR, EPS, EAT, dan PER terhadap variabel harga saham sebesar 92,4%. Dengan demikian variabel CSR, EPS, EAT, dan PER yang digunakan dalam penelitian ini mampu mempengaruhi sebesar 92,4% variasi variabel harga saham, sedangkan sisanya sebesar 7,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam

penelitian ini. Keadaan ini lebih diperkuat lagi dengan hasil pada tabel 4. Pada output SPSS tabel 4 dapat dilihat nilai signifikansi sebesar 0,000 sedangkan kriteria tingkat signifikansi (α) = 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji ini sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi pada perusahaan perbankan merupakan model yang *fit*, yaitu model regresi yang layak atau dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 3
Model Summary^b

R	R Square	Adjusted R Square	S. E. of the Estimate
,965 ^a	,931	,924	672,57567

Kesimpulan

Penelitian ini telah menguji hubungan dan pengaruh CSR terhadap harga saham di pasar modal. Pertanyaan apakah pelaksanaan CSR di

perusahaan perbankan berhubungan dan berpengaruh terhadap kenaikan maupun penurunan harga saham perusahaan di pasar modal mendapat penjelasan dari hasil penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa CSR berkorelasi dan berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham perusahaan perbankan di Indonesia. Penelitian ini fokus untuk mengetahui dampak dari pelaksanaan CSR yang dinyatakan dengan jumlah pengeluaran dana untuk keperluan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan yang diproxikan dengan harga saham. Dalam penelitian ini, saya mempertimbangkan tingginya kesadaran investor untuk menjaga keberlangsungan lingkungan hidup. Keadaan ini membuat

investor semakin selektif dalam menentukan perusahaan yang akan diinvestasi.

Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Bolanle *et. al.* (2012) bahwa CSR akan meningkatkan nilai serta reputasi perusahaan, peningkatan tersebut pada akhirnya akan diikuti dengan peningkatan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Hasil ini membuktikan bahwa pelaksanaan CSR oleh perusahaan perbankan akan memberikan respon balik positif bagi perusahaan.

Tabel 4
ANOVA^b

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2,490E8	4	6,225E7	137,621	,000 ^a
Residual	1,855E7	41	452358,027		
Total	2,676E8	45			

Keterbatasan

Periode pengamatan yang relatif pendek. Hal ini dikarenakan UU No. 40 2007 tentang Perseroan Terbatas baru disahkan dan diberlakukan mulai 20 Juli 2007. Oleh karena itu periode pengamatan dimulai dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2011, keadaan tersebut disebabkan sebagian besar data pengeluaran dana CSR perusahaan tidak banyak ditemukan dalam laporan tahunan maupun *sustainability report* dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2008, namun lebih banyak ditemukan pada tahun 2009 – 2011. Untuk periode tahun 2012 belum digunakan dalam penelitian ini dikarenakan pada periode tersebut laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di BEI masih dalam masa transisi penerapan IFRS, sehingga beberapa data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari bentuk laporan keuangan perusahaan sebelum tahun 2012 dengan tujuan untuk mendapatkan data yang dapat dibandingkan. **Saran** Peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut diharapkan menggunakan periode pengamatan yang lebih lama dan disesuaikan dengan adanya perubahan pelaporan IFRS, sehingga akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh kondisi yang

sebenarnya, mengingat UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas baru dikeluarkan pada tanggal 20 Juli 2007. Periode yang lebih lama dan penyesuaian terhadap pelaporan keuangan perusahaan dengan berbasis IFRS akan dapat memberikan gambaran mengenai ketaatan perusahaan di dalam melaksanakan dan mengikuti peraturan yang telah ditetapkan pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar, J. 2008. *Corporate Social Responsibility* dalam Praktik di Indonesia. PT Elek Media Komputindo, Jakarta.
- Arx, U.v., and A. Ziegler. 2008. The Effect of CSR on Stock Performance: New Evidence for the USA and Europe. *Paper Eidgenössische Technische Hochschule (ETH), Swiss Federal Institute of Technology Zurich, Switzerland.*
- Babalola, Y.A. 2012. The Impact of Corporate Social Responsibility on Firms' Profitability in Nigeria. *Journal of*

- Economics, Finance, and Administrative Sciences*, Issue 45, Inc.
- Bolanle, A.B., S.O. Adebisi, and A.A. Muyideen. 2012. Corporate Social Responsibility and Profitability of Nigeria Banks – A Causal Relationship. *Research Journal of Finance and Accounting*, Vol 3, No. 1.
- Cellier, A., and P. Chollet. 2010. The Impact of Corporate Social Responsibility on Stock Prices: An Event Study of Vigeo Rating Announcement. *Paper Institut de Recherche en Gestion*, France.
- Clarkson, M. 1994. A risk based model of stakeholder theory. Proceedings of the Second Toronto Conference on Stakeholder Theory. Toronto: Centre for Corporate Social Performance & Ethics, University of Toronto.
- Dabbas, M., and S.T. Al-rawashdeh. 2012. The Effect of Corporate Social Responsibility on the Profitability of the Industrial Companies in Jordan. *Canadian Social Science*, Vol. 8, No. 3: 32-37.
- Dwijayanti, N.M.A., M.G. Wirakusuma, dan I.M.S. Suardhika. 2012. Pengaruh Tingkat Pengungkapan CSR Pada Hubungan Antara Kinerja Keuangan dan Return Saham. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 1, No. 1.
- Emilsson, L.M., M. Classon, and K. Bredmar. 2012. CSR and the quest for profitability – using Economic Value Added to trace profitability. *International Journal of Economics and Management Sciences*. Vol. 2, No. 3: 43-54.
- Gibson, Charles H. 2012. Financial Statement Analysis: Using Financial Accounting Information. 12th Edition. Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing Co. (G)
- Hartono, J. 2010. Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. BPFE UGM, Yogyakarta.
- Hidayati, N.N., dan S. Murni. 2009. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Earnings Response Coefficient* Pada Perusahaan *High Profile*. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 11, No. 1: 1-18.
- Ioannou, I., and G. Serafeim. 2010. The Impact of Corporate Social Responsibility on Investment Recommendations. *Best Paper Proceedings, Academy of Management*.
- Kamal, M. 2013. The Role of Corporate social Responsibility (CSR) in the Egyptian Banking Sector. *Munich Personal Repec Archive*. Paper No. 44697.
- Kotler, P., dan N. Lee. 2005. Corporate Social Responsibility; Doing the Most Good for Your Company and Your Cause. New Jersey; John Wiley & Sons, Inc.
- Nahda, K., dan D.A. Harjito. 2011. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol. 15, No.1: 1-12.
- Nuryaman. 2013. The Effect of Corporate Social Responsibility Activities on Profitability and Stock Price. *International Conference on Business and Economic Research*, Bandung – Indonesia.
- Orlitzky, Marc; Frank L. Schmidt, Sara L. Rynes. 2003. Corporate social and Financial Performance a Meta-analysis. *Organization Studies* 24 (3): pp 403–441. London: SAGE Publication.
- Poddi, L., and S. Vergalli. 2008. "Does Corporate Social Responsibility Affect Firms' Performance?. *Paper Presented at Colloquio Scientifico sull'Impresa Sociale*, Bari.
- Pradipta, D.A., dan A. Purwaningsih. 2011. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Terhadap *Earning Response Coefisient* (ERC) – Dengan Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Sebagai Variabel Kontrol. *Paper dipresentasikan*

- pada Simposium Nasional Akuntansi XV*, Banjarmasin.
- Prastowo, J., dan M. Huda. 2011. *Corporate Social Responsibility – Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Edisi 1, Penerbit Samudra Biru, Yogyakarta.
- Tjia, O., and L. Setiawati. 2012. Effect of CSR Disclosure to Value of the Firm: Study for Banking Industry in Indonesia. *World Journal of Social Sciences*. Vol. 2, No. 6: 169-178.
- Uadiale, O.M., and T.O. Fagbemi. 2011. Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Developing Economies: The Nigerian Experience. *New Orleans International Academic Conference*, Louisiana.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT).
- Weshah, S.R., A.A. Dahiyat, M.R.A. Awwad, and E.S. Hajjat. 2012. The Impact of Adopting Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance: Evidence From Jordanian Banks. *Journal of Contemporary Research in Business*. Vol. 4, No. 5.

LAMPIRAN
Tabel - Sumber Data

EMITEN	Tahun	SP	CSR	EPS	LB	PER	SIZE
AGRO	2011	118.00	7.60	9.28	10.65	12.72	12.54
BABP	2009	120.00	7.86	1.01	9.70	118.81	12.85
BABP	2010	135.00	8.92	5.60	10.26	24.11	12.94
BABP	2011	168.00	7.92	-17.38	0.00	-9.67	12.86
BBCA	2009	4850.00	10.10	279.00	12.83	17.38	14.45
BBCA	2010	6700.00	10.13	348.00	12.94	19.25	14.51
BBCA	2011	7201.69	10.07	444.00	13.03	18.02	14.58
BBKP	2009	375.00	9.28	63.09	11.56	5.94	13.57
BBKP	2010	650.00	8.91	81.10	11.69	8.01	13.68
BBKP	2011	580.00	9.16	94.67	11.87	6.13	13.76
BBNI	2009	1980.00	10.18	163.00	12.40	12.15	14.36
BBNI	2010	3875.00	10.21	266.00	12.67	14.57	14.40
BBNI	2011	3800.00	9.88	312.00	12.78	12.18	14.48
BBRI	2009	7201.69	10.58	524.63	12.86	12.55	14.50
BBRI	2010	5250.00	10.71	478.36	13.06	10.97	14.61
BBRI	2011	6750.00	11.07	524.63	13.18	10.73	14.67
BCIC	2010	50.00	9.65	0.32	11.34	144.89	13.03
BCIC	2011	50.00	8.30	0.39	11.42	129.84	13.12
BDMN	2009	4550.00	10.00	186.36	12.19	24.42	13.99
BDMN	2010	5700.00	10.04	342.92	12.47	16.62	14.07
BDMN	2011	4100.00	8.58	378.78	12.54	10.82	14.15
BEKS	2010	139.00	7.93	-25.96	4.86	-5.35	12.19
BMRI	2009	4700.00	10.63	341.72	13.04	13.75	14.60
BMRI	2010	6500.00	10.88	439.38	13.10	14.79	14.65
BMRI	2011	6600.00	11.16	524.63	12.97	12.47	14.74
BNBA	2009	133.00	7.74	12.21	10.45	10.89	12.38
BNBA	2010	164.00	7.35	11.68	10.43	14.04	12.43
BNII	2009	330.00	9.31	-1.00	4.86	-108.9	13.78
BNII	2010	780.00	9.26	8.00	11.66	97.50	13.88
BNII	2011	420.00	9.37	12.00	11.83	35.00	13.98
BNLI	2009	800.00	9.61	62.00	11.68	12.90	13.75
BNLI	2010	1790.00	9.32	126.00	12.01	14.21	13.87
BNLI	2011	1360.00	9.99	125.00	12.07	10.88	14.01
BVIC	2011	129.00	7.35	35.25	11.27	3.66	13.07
INPC	2010	107.00	9.61	9.76	10.92	10.96	13.23
INPC	2011	96.00	9.21	11.71	11.00	8.20	13.28
MAYA	2009	1670.00	9.53	15.95	10.61	104.70	12.88

EMITEN	Tahun	SP	CSR	EPS	LB	PER	SIZE
MAYA	2010	1330.00	9.63	24.89	10.89	53.44	13.00
MAYA	2011	1430.00	9.24	55.40	11.23	25.81	13.11
MEGA	2010	3175.00	9.18	279.00	11.98	11.38	13.71
NISP	2009	750.00	9.34	75.15	11.72	9.98	13.62
NISP	2010	1700.00	9.55	59.45	11.62	28.60	13.70
NISP	2011	1080.00	9.72	106.88	11.88	10.10	13.78
SDRA	2009	280.00	8.84	23.73	10.55	11.80	12.38
SDRA	2010	290.00	8.45	26.47	10.73	10.96	12.51
SDRA	2011	220.00	8.34	38.88	11.00	5.66	12.71