



UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

SKRIPSI

**HUBUNGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DENGAN
KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA DENGAN
*STRUCTURAL EQUATION MODELLING (SEM)***

DIAJUKAN OLEH :

NAMA : OEY MAGGIE

NIM : 125070375

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT

GUNA MENCAPAI GELAR

SARJANA EKONOMI

2011

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : OEY MAGGIE
NIM : 125070375
PROGRAM/JURUSAN : S-1 AKUNTANSI
JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* DENGAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA DENGAN *STRUCTURAL EQUATION MODELLING (SEM)*.

Jakarta, April 2011

Dosen Pembimbing,

(F.X. Kurniawan Tjakrawala S.E., M.si., Ak.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
SETELAH LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

NAMA : OEY MAGGIE
NIM : 125070375
PROGRAM/JURUSAN : S-1 AKUNTANSI
JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* DENGAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA DENGAN *STRUCTURAL EQUATION MODELLING (SEM)*.

TANGGAL: 09 Mei 2011

KETUA PENGUJI:

(Prof. Dr. Apollo Daito, S.E., M.Si., Ak.)

TANGGAL: 09 Mei 2011

ANGGOTA PENGUJI:

(F.X. Kurniawan Tjakrawala, S.E., M.Si., Ak.)

TANGGAL: 09 Mei 2011

ANGGOTA PENGUJI:

(Linda Santioso, S.E., M.Si., Ak.)

**UNIVERSITAS
TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI**

- (A) Oey Maggie (125070375)
- (B) HUBUNGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* DENGAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA DENGAN *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM)*.
- (C) x + 88 hlm ; 2011, gambar 8, tabel 50
- (D) *Corporate Social Responsibility*
- (E) Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan *CSR* dengan Kinerja Keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan melakukan beberapa adaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Sweeney (2007). Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan penilaian dan tanggapan terhadap pernyataan yang diajukan terkait praktik *CSR* dan dampaknya terhadap variabel terkait lainnya. Sampel penelitian ini adalah sebanyak 40 perusahaan manufaktur yang dipilih dengan metode *purposive random sampling* dengan total kuesioner yang disebar sebanyak 450 set dan memiliki tingkat pengembalian sebesar 48,22%. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah *structural equation modeling (SEM)* dengan program *AMOS 18.0*. Hasil penelitian yang diperoleh adalah bahwa hubungan antara *CSR* dan Kinerja Keuangan perusahaan meningkat dengan adanya *intervening variable*.
- (F) Daftar Acuan: buku 6, jurnal 45 (2003 – 2010)
- (G) F.X. Kurniawan Tjakrawala, S.E., M.si., Ak.

TARUMAN
AGARA
UNIVERSIT

- (A) Oey Maggie (125070375)
- (B) CORRELATION BETWEEN CSR AND FINANCIAL PERFORMANCE OF MANUFACTURE COMPANIES LISTED ON INDONESIA STOCK ENXCHANGE USING STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM)
- (C) x + 88 pages ; 2011, 8 pictures, 50 tables
- (D) Corporate Social Responsibility (CSR)
- (E) The aim of this research is to analyze the correlation between CSR and financial performance of manufacture companies listed on Indonesia Stock Exchange by adapted Sweeney's research (2007). Collecting data is done by spreading questionnaire to obtain valuations and responses for the proposed statements according the practical of CSR and the effects to other correlated variables. Fourty listed manufacture companies are chosen as sample by purposive random sampling and 450 sets questionnaire are delivered with 48,22% rate of response. The data has been analyzed using structural equation modeling (SEM) through AMOS 18.0 version. This study found that CSR has a positive impact on the Company's Financial Performance, where the relationship become more significant in exsistance of intervening variable.
- (F) References: 6 books, 45 journals (2003 – 2010)
- (G) F.X. Kurniawan Tjakrawala, S.E., M.si., Ak.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya selama penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Tarumanagara.

Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya petunjuk, bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah membantu, membimbing dan mengarahkan penelitian dalam menyusun skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak F.X. Kurniawan Tjakrawala S.E., M.si., Ak., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing dan mengarahkan penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Sukrisno Agoes, Ak., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Ibu Dra. Nurainun Bangun, M.M., Ak., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Papa, mama, dan kakak serta segenap keluarga yang telah memberikan doa, dorongan dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Hadi Cahyadi dan Bapak Suwardy Kuo, serta teman-teman Helios Capital yang telah memberikan motivasi serta kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Rezafessa Riadi dan teman-teman: Antoni, Alvin, Yulianti, Bulan Purnama, Sasya Sabrina, Alodia, Marvin, dan Dicky yang telah memberikan motivasi dan waktu untuk berbagi.
7. Seluruh Staff Pengajar Universitas Tarumanagara terutama pada Jurusan Akuntansi, yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan dan bimbingan selama masa kuliah.
8. Seluruh pihak lain yang tidak disebutkan satu per satu oleh penulis yang telah membantu kelancaran proses penyusunan skripsi ini.

Penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, hal tersebut semata-mata karena keterbatasan pengetahuan penulis.

Akhir kata, penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca khususnya rekan-rekan Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta.

Jakarta, April 2011

Penulis

(Oey Maggie)

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR PUSTAKA	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	i
A.Latar Belakang Masalah	i
B.Identifikasi Masalah.....	iii
C.Ruang Lingkup	iv
D.Perumusan Masalah	iv
E.Tujuan dan Manfaat Penelitian	iv
F.Sistematika Pembahasan	v
BAB II LANDASAN PEMIKIRAN TEORITIS	Error! Bookmark not defined.
A.Tinjauan Pustaka mengenai Corporate Social Responsibility (CSR)	Error! Bookmark not defined.
B.Kajian Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesa	Error! Bookmark not defined.
C.Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
D.Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A.Pemilihan Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B.Metode Penarikan Sampel	Error! Bookmark not defined.
1.Populasi dan Teknik Pemilihan Sampel	Error! Bookmark not defined.

2.Operasionalisasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
C.Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
D.Teknik Pengolahan data dan Pengujian Hipotesis..	Error! Bookmark not defined.
1.Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
2.Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.Derajat Kecocokan (<i>Goodness of Fit</i>)	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A.Gambaran Umum Unit Observasi	Error! Bookmark not defined.
1.Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.
2.Statistik Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B.Pengujian dan Analisis Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
1.Pengujian dan Analisis <i>Goodness of Fit</i>	Error! Bookmark not defined.
2.Pengujian dan Analisis Hipotesis ..	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
A.Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B.Saran	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel Operasionalisasi Variabel.....	24
Tabel 4.1	Tabel Pengembalian Kuestioner.....	38
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4.3	Rentang Umur Responden	39
Tabel 4.4	Jumlah Karyawan di Tempat Responden Bekerja	40
Tabel 4.5	Lama Bekerja	40
Tabel 4.6	Jabatan Responden	41
Tabel 4.7	Reponden per Departemen.....	41
Tabel 4.8	Jenjang Pendidikan Responden.....	42
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif.....	43
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Normalitas secara <i>Multivariate</i>	46
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Variance Extracted</i>	49
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Correlation</i>	49
Tabel 4.15	Perbandingan <i>Correlation</i> dengan Nilai <i>AVE</i>	51
Tabel 4.16	<i>Goodness of Fit Measurement Model</i>	51
Tabel 4.17	<i>Goodness of Fit Structural Model</i>	53
Tabel 4.18	Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Lingkungan)	55

Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Pelanggan)	56
Tabel 4.20 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Karyawan)	56
Tabel 4.21 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Masyarakat)	57
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Akses Modal)	57
Tabel 4.23 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Loyalitas Karyawan)	58
Tabel 4.24 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Loyalitas Karyawan dengan penghapusan <i>manifest</i>) .	59
Tabel 4.25 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Loyalitas Pelanggan)	59
Tabel 4.26 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Reputasi Bisnis)	60
Tabel 4.27 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Reputasi Sosial)	60
Tabel 4.28 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Kinerja Keuangan)	61
Tabel 4.29 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Kinerja Keuangan dengan penghapusan <i>manifest</i>)	62

Tabel 4.30 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (<i>CSR</i>)	62
Tabel 4.31 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (<i>CSR – Lingkungan</i>)	63
Tabel 4.32 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (<i>CSR – Pelanggan</i>)	64
Tabel 4.33 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (<i>CSR – Karyawan</i>)	64
Tabel 4.34 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (<i>CSR – Masyarakat</i>)	65
Tabel 4.35 Hasil Uji <i>Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (<i>CSR dan intervening variable</i>)	67
Tabel 4.36 Hasil Uji <i>Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (<i>CSR dan Akses Modal</i>)	67
Tabel 4.37 Hasil Uji <i>Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (<i>CSR dan Loyalitas Karyawan</i>)	68
Tabel 4.38 Hasil Uji <i>Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (<i>CSR dan Loyalitas Pelanggan</i>)	69
Tabel 4.39 Hasil Uji <i>Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (<i>CSR dan Reputasi Bisnis</i>)	70
Tabel 4.40 Hasil Uji <i>Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (<i>CSR dan Reputasi Sosial</i>)	71

Tabel 4.41 Hasil Uji <i>Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (<i>CSR</i> dan <i>intervening variable</i>)	73
Tabel 4.42 Hasil Uji <i>Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (<i>CSR</i> dan <i>intervening variable</i>)	74
Tabel 4.43 Hasil Uji <i>Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Akses Modal dan Kinerja Keuangan)	74
Tabel 4.44 Hasil Uji <i>Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Loyalitas Karyawan dan Kinerja Keuangan)	75
Tabel 4.45 Hasil Uji <i>Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Loyalitas Pelanggan dan Kinerja Keuangan)	76
Tabel 4.46 Hasil Uji <i>Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Reputasi Bisnis dan Kinerja Keuangan)	77
Tabel 4.47 Hasil Uji <i>Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (Reputasi Sosial dan Kinerja Keuangan)	78
Tabel 4.48 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (<i>CSR</i> dan Kinerja Keuangan)	79
Tabel 4.49 Hasil Uji <i>Standardized Regression Weight</i> dengan <i>AMOS</i> versi 18.0 (<i>CSR</i> dan Kinerja Keuangan – <i>direct, indirect, full</i>) ...	80
Tabel 4.50 Perbandingan Hasil Penelitian dengan Hasil Penelitian Sweeney, 2007	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Komunikasi <i>CSR</i>	10
Gambar 2.2 Piramida <i>CSR</i>	11
Gambar 2.3 <i>Model</i> Penelitian.....	20
Gambar 3.1 <i>Model</i> Penelitian.....	33
Gambar 4.1 <i>Model</i> Pengukuran <i>CSR</i>	66
Gambar 4.2 <i>Model</i> Hubungan Langsung <i>CSR</i> dengan Kinerja Keuangan	72
Gambar 4.3 <i>Model</i> Hubungan Tidak Langsung <i>CSR</i> dengan Kinerja Keuangan	73
Gambar 4.4 <i>Model</i> Hubungan Menyeluruh <i>CSR</i> dengan Kinerja Keuangan ..	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Isu Terkait <i>CSR</i>
Lampiran B	Daftar Perusahaan Sampel
Lampiran C	Kuestioner
Lampiran D	Matriks Penelitian Relevan
Lampiran E	Hasil Konversi Data Ordinal ke Interval
Lampiran 1A – 1B	Hasil Uji Normalitas
Lampiran 2A – 2K	Hasil Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> per Konstruk
Lampiran 3A	Hasil Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen
Lampiran 3B	Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Endogen
Lampiran 4A	Hasil Uji Hubungan <i>CSR</i> dan FP (<i>direct</i>)
Lampiran 4B	Hasil Uji Hubungan <i>CSR</i> dan FP (<i>indirect</i>)
Lampiran 4C	Hasil Uji Hubungan <i>CSR</i> dan FP (<i>full model</i>)
Lampiran 5A	Output Gambar <i>Model CSR</i> dan Variabel Pembentuknya
Lampiran 5B	Output Gambar <i>Model</i> Variabel Kontrol dan FP
Lampiran 5C	Output Gambar <i>Model CFA</i> Variabel Endogen
Lampiran 5D	Output Gambar <i>Model</i> Hubungan <i>CSR</i> dan FP (<i>direct & indirect</i>)
Lampiran 5E	Output Gambar <i>Model</i> Hubungan <i>CSR</i> dan FP (<i>full</i>)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Hollender dan Fenichell (2004) dalam Schantz dan Herbert (2005), meningkatnya kesadaran dan fokus masyarakat terhadap tanggung jawab sosial membuat masyarakat mulai menuntut perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lebih memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan (Carlson, 2008; Tsoutsoura, 2004) dan hubungannya mulai mengalami perubahan yang signifikan (khususnya dengan kinerja keuangan) pada tahun 1990 (Lee, 2008).

Munculnya gagasan *CSR* yang disertai dengan berbagai isu (Tsoutsoura, 2004, Capriotti dan Moreno, 2006) terkait dengan berbagai dimensi (Lampiran A) dan pembangunan konsep *CSR* yang sangat luas serta sulit dimengerti menyebabkan pemahaman dan penerapan *CSR* menjadi tidak jelas dan berbeda-beda sesuai dengan kondisi masyarakat dan lingkungan bisnis dimana *CSR* diterapkan (Matten, Crane, Chappel, 2003; Tsoutsoura, 2004). Penelitian Matten, Crane, dan Chappel tersebut, Williams (2008), dan Yang (2010) menyatakan bahwa kurangnya konsistensi definisi *CSR* (Fisman, 2005) membuat *CSR* memiliki konotasi yang kurang jelas. Oleh karena itu *CSR* sulit untuk dievaluasi dan dibandingkan dengan temuan dari studi yang pernah dilakukan sebelumnya. Hal ini merupakan sebuah resiko bawaan *CSR*, dimana penelitian mengenai *CSR* yang telah berlangsung lebih dari 50 tahun tidak menghasilkan korelasi sistematis antara konsep teoritis dari *CSR* itu sendiri (Oosterhout & Purshey, 2006). Dalam

penelitiannya, Oosterhout dan Purshey menyatakan walaupun gagasan *CSR* merupakan sebuah konsep yang baik, pada penerapannya tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap perusahaan sehingga dapat dieliminasi dari aktivitas bisnis.

Di sisi lain, banyak perusahaan menggunakan berbagai cara untuk memperoleh keunggulan bersaing (Carlson, 2008; Wei dan Tan, 2010; Lee, 2005; Milton, 2010), diantaranya penerapan *CSR* dapat menunjukkan adanya diferensiasi perusahaan (Fisman, 2005), menyediakan kerangka dan prinsip hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan, memperoleh informasi mengenai isu-isu sosial yang muncul untuk manajemen resiko perusahaan (Kyle & Ruggie, 2005). Selain itu perusahaan juga dapat memperoleh dukungan dari para pemangku kepentingan baik jangka pendek maupun jangka panjang, diantaranya membangun citra perusahaan, memperkuat hubungan perusahaan, meningkatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan penjualan, dan mengurangi perilaku advokasi stakeholder (Bhattacharya & Sen, 2009; Wei & Tan, 2010).

Pentingnya *CSR* di dunia bisnis tercermin dari pekanya tanggapan masyarakat terhadap kegiatan *CSR* perusahaan, seperti berkurangnya simpati bahkan dapat menimbulkan kritik/penolakan masyarakat luas terhadap perusahaan-perusahaan yang mengabaikan hal ini (Alessia *et al*, 2009; Schantz & Herbert, 2005). Insitiatif penerapan *CSR* akan dipandang sebagai tindakan yang positif oleh masyarakat dan meningkatkan loyalitas terhadap perusahaan (Pomering, 2003). Menanggapi hal tersebut, maka penulis melakukan penelitian yang merupakan adaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Lorraine Sweeney

(2007) untuk melihat lebih jauh apakah terdapat hubungan dan seberapa besar hubungan antara *CSR* dengan kinerja keuangan perusahaan manufaktur di Indonesia. Dalam penelitian ini hubungan tersebut dianalisis melalui beberapa variabel perantara, yaitu: Akses Modal, Loyalitas Pelanggan, Loyalitas Karyawan, Reputasi Bisnis, dan Reputasi Sosial perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis melakukan penelitian dengan judul: “HUBUNGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* DENGAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA DENGAN *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM)*.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya bahwa *CSR* hingga saat ini masih merupakan sebuah gagasan yang masih diperdebatkan karena konsep dan pengertian yang masih sangat luas (Tsoutsoura, 2004 dan Williams, 2008) serta pengaruhnya terhadap Perusahaan, khususnya dalam hal ini adalah kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Carlson (2008), penerapan *CSR* dapat memberikan keunggulan bersaing karena adanya diferensiasi perusahaan (Fisman, 2005). Namun di sisi lain, beberapa peneliti seperti Oosterhout dan Purshey (2006) menyatakan *CSR* sebagai suatu kegiatan yang tidak memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan penelitian yang merupakan adaptasi dari penelitian yang dikembangkan oleh Lorraine Sweeney (2007) sehingga diharapkan perbedaan ruang lingkup dan sifat penelitian yang melatarbelakangi perbedaan hasil pada

penelitian-penelitian sebelumnya dapat diatasi, dan menghasilkan informasi yang *valid* dan *reliable*.

C. Ruang Lingkup

Perusahaan yang dipilih sebagai objek penelitian adalah perusahaan yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini meliputi variabel-variabel berikut: lingkungan, karyawan, pelanggan, masyarakat, *CSR*, akses modal, loyalitas karyawan, loyalitas pelanggan, reputasi bisnis, reputasi sosial, dan kinerja keuangan. Hal ini dilakukan karena keterbatasan waktu dan kemampuan yang dimiliki penulis.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: 1. Bagaimana *CSR* dapat dijelaskan melalui variabel lingkungan, pelanggan, karyawan, komunitas, dan hubungannya dengan akses modal perusahaan (*debt and equity*), loyalitas karyawan, loyalitas pelanggan, reputasi bisnis, dan reputasi sosial; 2. Bagaimana hubungan antara akses modal (*debt and equity*), loyalitas karyawan, loyalitas pelanggan, reputasi bisnis, dan reputasi sosial terhadap kinerja keuangan; 3. Bagaimana hubungan antara *CSR* dengan kinerja keuangan.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: a. apakah *CSR* dapat dijelaskan melalui variabel lingkungan, pelanggan, karyawan, komunitas, dan hubungan *CSR* dengan akses modal perusahaan (*debt and equity*), loyalitas karyawan, loyalitas pelanggan, reputasi bisnis, dan reputasi bisnis; b. hubungan antara akses modal (*debt and equity*), loyalitas karyawan, loyalitas pelanggan, reputasi bisnis, dan reputasi sosial terhadap kinerja keuangan; dan c. hubungan antara *CSR* dengan kinerja keuangan.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris apakah perusahaan (khususnya yang berkaitan erat dengan pemanfaatan sumber daya alam) telah menerapkan *CSR* sebagaimana diwajibkan dalam UU Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 yang telah disahkan pada tanggal 16 Agustus 2007. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi: a. Perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai *CSR* dan manfaat penerapannya; b. Akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dan motivasi dalam melakukan penelitian lebih mendalam.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran umum secara singkat dan jelas mengenai pokok-pokok materi dalam skripsi ini, maka penulisan skripsi ini disusun dalam lima bab yang saling berhubungan satu sama lain. Secara garis besar setiap bab memberikan gambaran umum sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori dan konsep yang mendasari penelitian ini, meliputi: pengertian, tujuan, bentuk, sifat dan unsur terkait serta kerangka pemikiran penelitian terkait variabel yang akan diteliti dan sifat hubungan yang akan diuji. Sebagian besar bab ini akan membahas mengenai perumusan hipotesis yang akan dikaitkan dengan penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dan pembanding penelitian yang dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penelitian, yaitu pemilihan obyek penelitian, penarikan sampel, teknik pengumpulan data, metode pengolahan data, pengukuran variabel, dan teknik pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menguraikan gambaran umum tentang objek penelitiandan hasil pengolahan data dengan *Structural Equation Modeling (SEM)*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan berdasarkan pembahasan yang dilakukan pada bab-bab sebelumnya dan saran atas keterbatasan penelitian yang kiranya berguna bagi penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Davies, Iain dan Crane, Andrew. (2010). Corporate Social Responsibility in Small-Medium-Size Enterprises: Investigating Employee Engagement in Fair Trade Companies. *Business Ethics: An European Review*. (19). hal 126-139.
- A. Williams, Cynthia dan V. Aguilera, Ruth. (2008). Corporate Social Responsibility in A Comparative Perspective. *University of Illinois at Urbana-Champaign*.
- Akpinal, Anil et al. (2008). Strategic Use of CSR as A Signal of Good Management. *IE Business School Working Paper*.
- Ali, Imran et al. (2010). Corporate Social Responsibility influences, employee commitment and organizational performance. *African Journal of Business Management*. (4).
- Ali, Imran et al. (2010). Effect of CSR on Consumer Retention in Cellular Industry of Pakistan. *African Journal of Business Management*. (4).
- Asmah, Georgina. (2009). Corporate Social Responsibility: Does Motivation Matters. *The University of Warwick*.
- Bansal, Pratima, dan Kistruck Geoffrey. (2006). Seeing Is (not) Believing: Managing The Impression of The Firm's Commitment to the Natural Environment. *Journal of Business Ethics*.
- Bertens, K. (2009). *Pengantar Etika Bisnis*. Edisi kesepuluh. Yogyakarta: Kanisius.
- Capriotti dan Morino (2007). Corporate citizenship and public relations: The importance and interactivity of social responsibility issues on corporate websites. *Public Relation Review* 33. hal. 84-91.
- Carlson, Johanna dan Akerstom, Richard. (2008). Corporate Social Responsibility: Case Study of PricewaterhouseCoopers. *Lulea University of Technology*.
- Carroll, Archie B. dan Ann K. Bucholtz. (2006). *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*. 6th ed. Mason, Ohio: Thomson.
- Cavaco, Sandra dan Crifo, Patricia. (2010). The CSR-firm Performance Missing Link: Complementarity between Environmental, Social, and Business Behavior Criteria. *Journal of Economic Literature*.
- D'Amanto, Alessia, Henderson, Sybil, dan Florence, Sue. (2009). Corporate Social Responsibility and Sustainable Business: A Guide to Leadership Task and Function. *Center for Creative Leadership*.
- Daito, Apollo. (2011). *Pencarian Ilmu melalui Pendekatan Ontologi, Epistemologi, Aksiologi*. Edisi Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Du, Shuili, Bhattacharya, dan Sen, Sankar. (2010). Maximizing Business Return to Corporate Social Responsibility: The Rule of CSR Communication. *International Journal of Management Reviews*.
- El Ghoul, Sadok et al. (2010). Does Corporate Social Responsibility Affect Cost of Capital. . *Journal of Economic Literature*.

- Finch, Nigel. (2005). Sustainability Reporting Frameworks. *Macquarie Graduation School of management*.
- Fisman, Ray, Heal, Geoffrey, B. Nair, Vinay. (2005). Corporate Social Responsibility: Doing Well by Doing Good. *Social Science Research Network*.
- Fliess, Barbara. (2007). CSR and Trade: Informing Consumers about Social and Environment Condition of Globalised Production. *Organization for Economic Co-operation and Development*, No. 7, part 1.
- Ghozali, Imam. (2008). *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 16.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Graafland, J. J. dan Smid, H. (2004). Reputation, Corporate Social Responsibility, and Market Regulation. *Tijdschrift voor Economie en Management*, vol. XLIX.
- Hockerts, Kai dan Moir, Lance. (2004). Communicating Corporate Social Responsibility to Investors: The Changing Role of the Investor Relation Function. *Journal of Business Ethics*. (52). hal. 85-98.
- J. Kotchen, Matthew dan Moon, Jong-Jungbien. (2007). Corporate Social Responsibility for Irresponsibility. *School of Environmental Science & Management and Department of Economic*.
- J. Wood, Donna. (2010). Measuring Corporate Social Performance: A Review. *International Journal of Management Reviews*. hal 50-84.
- Jenkins, Heledd. (2009). A Business Opportunity Model of CSR for Small and Medium Sized Enterprises. *Business Ethics: An European Review*.
- Junqueira, Juliana dan Alberto, Luiz. (). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: A Meta Analysis. *Social Science Research Network*.
- Kolbel, Julian dan Ford, Evan. (2010). Does News About Environmental and Social Misconduct Affect Share Price Performance. *Social Science Research Network*.
- Kytle, Beth dan Ruggie, John Gerard. (2005). Corporate Social Responsibility as Risk Management: A Model for Multinationals. *A Working Paper for The Corporate Social Responsibility Initiative*. (10).
- Lawrence, Anne T. dan James Weber. (2008). *Business and Society: Stakeholders, Ethics, Public Policy*. 12th ed. New York: McGraw-Hill.
- Lyon, David. (2007). Financial Performance: The motivation behind CSR reporting. *University of Otago, Dunedin, New Zealand*.
- Luo, Jiao et al. (2010). What's News: CSR and Corporate Reputation Managment. *Harvard and Columbia Business School*. hal 1 – 18.
- M. Lozano, Josep, Albareda, Laura, dan Balaguer, M. Rosario. (2006). Socially Responsible Investment in Spanish Financial Market. *Journal of Business Ethics*. (69). hal 305-316.
- Melo, Tiago. (2009). Effect of Corporate Social Responsibility on Brand Value. *Social Science Research Network*.
- Milovanovic, Goran, Nada, Barac, dan Andjelkovic, Aleksandra. (2009). Corporate Social Responsibility in The Globalization Era. *Economic and Organization*. (6). hal 89-104.

- Nurn, Chong-Wei dan Tan, Gilbert. (2010). Obtaining Intangible and Tangible Benefits from Corporate Social Responsibility. *International Review of Business Research Papers*. (6). hal 360-371.
- Orlitzky, Marc, L. Schdmidt, Frank, dan L. Rynes, Sara. (2003). Corporate Social and Financial Performance: A Meta Analysis. *SAGE Publications*.
- Poerwopoespito, F.X. Oerip S. dan T.A. Tatag Utomo. (2004). *Mengatasi Krisis Manusia di Perusahaan: Solusi Melalui Pengembangan Sikap Mental*. Edisi kelima. Jakarta: Grasindo.
- Pomering, Alan dan Dolnicar, Sara. (2003). Customer Sensitivity to Different Measures of Corporate Social Responsibility in the Australian Banking Sector. *Faculty of Commerce at University of Wollongong*.
- Pomering, Alan. (2008). Accessing the Prerequisite of Successful CSR Implementation: Are consumer aware of CSR initiatives. *Faculty of Commerce at University of Wollongong*.
- Prio, Diego, Surroca, Jordi, dan A. Tribo, Josep. (2008). Are Socially Manager Really Ethical: Exploring Relationship Between Earning Management and Corporate Social Responsibility. *Journal Compilation*. (16).
- Rubin, Amir dan Barnea, Amir. (2005). Corporate Social Responsibility as A Conflict Between Owner. *eScholarship Repository, University of California*.
- Santoso, Singgih. (2010). *Statistik Multivariat*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih. (2011). *Struktural Equation Modeling (SEM)*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sousa Milho, Jose et al. (2010). Strategic Corporate Social Responsibility Management for Competitive Advantage. *Brazilian Administration Reviews*. hal 294-309.
- Supranto, Johannes. (2003). *Metode Riset: Aplikasinya dalam Pemasaran*. Edisi ketujuh. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sweeney, Lorraine. (2007). A Study of Current Practice of Corporate Social Responsibility (CSR) and An Examination of The Relationship between CSR and Financial Performance using Structural Equation Modeling (SEM). *Dublin Institute of Technology*.
- Tiwari, Nityanand. (2010). Environment Protection and Corporate Social Responsibility: A Critique from Legal Perspective. *Faculty of Law Banaras Hindu University, Varanasi*.
- Tsoutsoura, Margarita. (2004). Corporate Social Responsibility and Financial Performance. *University of California at Berkeley*.
- Van Oosterhout, J. dan P.M.A.R Heugens, Purshey. (2006). Much Ado About Nothing: A conceptual critique of CSR. *Erasmus Research Institute of Management*.
- Vanhamme, Joelle dan Grobbsen, Bas. (2009). Too Good to be True: The Effectiveness of CSR History in Countering Negative Publicity. *Journal of Business Ethics*. (85). hal 273-283.
- Von Schantz, Carolina dan Mark-Herbert, Cecillia. (2005). Communicating CSR: Brand Management. *Business Strategy and The Environment*.

Yang, Fu-Ju, Lin, Ching-Wen, dan Chang, Yung-Ning. (2010). The Linkage between Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance. *African Journal of Business Management*. (4).

<http://www.idx.co.id/Home/Publication/FactBook/tabid/146/language/en-US/Default.aspx>

<http://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/Publication/FactBook/FileDownload/Fact%20Book%202010.pdf>