

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan Indeks LQ-45 pada Bursa Efek Indonesia

Ferda Ayu Satriana¹, Kadir², Rusma Nailiah³

^{1,2,3}Program Studi Magister Akuntansi, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin

¹Email: ayu.ferda@gmail.com

Received: November 20, 2025

Revised: December 1, 2025

Accepted: December 1, 2025

Abstrak

Tanggung jawab sebuah korporasi atas lingkungan sosialnya tengah banyak diperbincangkan. Hal ini juga dipertegas oleh maraknya perusahaan dari berbagai penjurur dan berbagai bidang yang mengakui bahwa perusahaannya telah menjalankan tanggung jawab sosial. Studi ini dimaksudkan guna menganalisa dan melakukan pengujian atas kontribusi *Corporate Social Responsibility* atas Kinerja Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018 dengan mengacu pada Laporan Tahunan Perusahaan Indeks LQ-45 yang telah terpublikasi. Studi ini menggunakan data sekunder yakni berupa laporan CSR perusahaan dan laporan tahunan perusahaan. Sampel yang digunakan dalam studi ini yakni perusahaan indeks LQ-45 yang tercantum di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. Penentuan sampel menjalankan *purposive sampling*. Total sampel yang dipakai adalah sebanyak 33 perusahaan dengan masing-masing 5 tahun pengamatan, sehingga keseluruhan data yang diamati menjadi 165. Data selanjutnya ditelaah dan diproses menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Temuan studi memperlihatkan bahwa *corporate social responsibility* dilihat dari indikator ekonomi, lingkungan dan sosial berkontribusi nyata pada kinerja korporasi. Korporasi ataupun pimpinan hendaknya memberikan perhatian atas beragam putusan dan kebijakan sehingga mampu menjadi rujukan dalam memastikan strategi guna memaksimalkan kinerja korporasi.

Kata Kunci: CSR, *Corporate Social Responsibility*; Ekonomi; Sosial; Lingkungan; Kinerja Perusahaan; LQ-45

The Impact of Corporate Social Responsibility on the Performance of Companies Listed in the LQ-45 Index on the Indonesia Stock Exchange

Abstract

A company's responsibility towards its social environment is currently being widely discussed. This is also emphasized by the proliferation of research from various corners and various fields that acknowledge that their companies have carried out social responsibility. This study is intended to analyze and test the contribution of Corporate Social Responsibility to the Performance of Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2014-2018 Period by referring to the published Annual Reports of LQ-45 Index Companies. This study uses secondary data in the form of company CSR reports and company annual reports. The sample used in this study is the LQ-45 index companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2014-2018 period. The sample determination uses purposive sampling. The total sample used is 33 companies with 5 years of observation each, so that the total observed data is 165. The data is then reviewed and processed using multiple linear regression using the SPSS program. The research findings show that corporate social responsibility as seen from economic, environmental and social indicators provides a real contribution to corporate

performance. Corporations and leaders should pay attention to various decisions and policies so that they can serve as a reference in determining strategies to maximize company performance.

Keywords: CSR; Corporate Social Responsibility; Economy; Social; Environment; Company Performance; LQ-45

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sebuah korporasi atas lingkungan sosialnya tengah banyak diperbincangkan. Hal ini juga dipertegas oleh maraknya perusahaan dari berbagai penjuru dan berbagai bidang yang mengakui bahwa perusahaannya telah menjalankan tanggung jawab sosial. Saat beroperasi, maka setiap korporasi wajib berinteraksi atau melakukan kontak dengan lingkungan sosial disekitarnya sebab perusahaan memiliki kewajiban berupa kontrak sosial yang secara umum merupakan kegiatan yang tidak termasuk dalam aspek bisnis usaha.

CSR sebagai bentuk aktivitas penting bagi perusahaan telah diakui oleh dunia usaha secara luas. Hal ini juga ditunjang oleh teknologi informasi yang semakin berkembang dan kondisi pasar yang semakin mengedepankan keterbukaan. Hilangnya mitra kerja ataupun kualitas dari image korporasi pastinya akan berpengaruh pada eksistensi dan keberlanjutan usaha yang tengah berjalan. Masyarakat disekitaran lokasi perusahaan juga bisa dianggap sebagai mitra kerja dan tentunya juga memiliki urusan dengan korporasi. Tetapi konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang saat ini dijalankan masih terbatas dan harus diperbaharui. Seharusnya CSR mampu memberikan berbagai keuntungan bagi masyarakat sekitar, misalnya saja menyediakan pekerjaan, sehingga masyarakat sekitar juga mendapatkan keuntungan dari aktivitas yang dijalankan korporasi. Apabila masyarakat berpartisipasi aktif dalam berbagai aktivitas operasional perusahaan maka dipastikan mampu menghindari konflik sosial.

Selaras dengan pasal pada Standar Akuntansi Keuangan bisa diasumsikan bahwa perusahaan bisa saja mendistribusikan atau menyebarkan informasi sosial dengan sadar, khususnya informasi berkenaan dengan aktivitas tanggung jawab korporasi atas sekitaran lokasi korporasi dalam wujud laporan yang berlainan dengan laporan finansial. Operasional CSR ini bisa maksimal jika ada kontribusi atau intervensi korporasi milik pemerintah. Kontribusi pemerintah dalam operasional CSR yakni melalui penerbitan Standar Akuntansi Keuangan yang menyebutkan pada Pasal 4 ayat (1) bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan".

Sejak awal tahun 2018 (ytd), Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) turun 3,19%. Di sisi lain, indeks LQ45 turun 8,66% dibandingkan periode 8 yang sama. Beberapa saham di indeks LQ45 menguat di tengah penurunan. Melihat ke belakang, 10 saham teratas dengan *return* LQ45 tertinggi sejak awal tahun menunjukkan berbagai pasang surut. Naik turunnya 10 besar pengembalian saham oleh perusahaan LQ45. Pada dasarnya, tujuan berinvestasi di LQ45 yang likuid adalah mengharapkan investor mengharapkan pengembalian dan risiko yang lebih tinggi daripada yang mereka investasikan. Apa yang mereka hadapi oleh investor harus ditimbang dengan pengembalian yang mereka terima. Sehingga para investor perlu mewaspadai risiko yang mungkin timbul di pasar saham.

Studi ini adalah pengembangan dari studi Kartika (2008) yang membuktikan adanya kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja perusahaan. Temuan studi memperlihatkan bahwa trend indeks CSR menjadi lebih optimal, berdasarkan pada indikator *environment* dan *community*. Hasil analisis hubungan memperlihatkan bahwa *environment* dan *community* memiliki hubungan searah dengan CAR, sementara *employment* malah menunjukkan hubungan berlawanan dengan CAR. Apabila merujuk pada nilai signifikannya maka *environment* dan *employment* yang berhubungan secara nyata.

Studi ini memang mengadopsi penelitian Kartika (2008) namun yang menjadi objek penelitiannya adalah korporasi dengan likuiditas yang lebih tinggi sehingga bisa diidentifikasi level kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja perusahaan, dengan

pertimbangan bahwa korporasi di kategori LQ45 merupakan korporasi dengan likuiditas paling tinggi yang kemungkinan disebabkan oleh beragam faktor. Atas dasar *research gap* itulah kemudian peneliti menganalisa besarnya kontribusi *Corporate Social Responsibility* pada kinerja perusahaan indeks saham LQ45 di Bursa Efek Indonesia.

Identifikasi CSR pada studi ini diperkirakan dengan memakai indeks *Global Reporting Initiative* (GRI) yang merupakan instansi atau lembaga nirlaba bergerak pada ranah ekonomi dunia yang secara berkesinambungan menjadi rujukan dalam pembuaan laporan. Indikator atau tolak ukur ini dipilih sebab dinilai paling relevan dan sudah banyak diimplementasikan dalam memperkirakan dan membuat catatan atas kinerja dari aspek ekonomi, lingkungan maupun sosial.

TEORI

Teori *Stakeholder*

Stakeholder bisa diasumsikan sebagai setiap individu ataupun kelompok dari dalam maupun dari luar korporasi yang mempunyai keterkaitan, baik itu yang memberikan kontribusi ataupun yang menerima manfaat, langsung dan tidak langsung. “*Stakeholder is a group or an individual who can affect, or be affected by, the success or failure of an organization*” (Luk et al., 2005 dalam Hadi, 2014). *Stakeholder* bisa saja berasal dari golongan pemerintah, korporasi kompetitor, organisasi peduli lingkungan internasional, instansi eksternal korporasi, dan lainnya yang eksistennya sangat bergantung pada korporasi.

Thomas and Andrew (1999) dalam (Hadi, 2014) mengkonsepsikan bahwa sebenarnya teori *stakeholder* mengacu pada sejumlah asumsi, yaitu :

1. Perusahaan memiliki banyak kelompok konstituen (pemangku kepentingan) yang memengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusannya.
2. Teori ini berkaitan dengan sifat hubungan ini, baik dalam hal proses maupun hasil bagi perusahaan dan pemangku kepentingannya.
3. Kepentingan semua pemangku kepentingan (yang sah) memiliki nilai intrinsik dan tidak ada satu kelompok kepentingan pun yang diasumsikan mendominasi.
4. Teori ini berfokus pada keputusan manajerial.

Mengacu pada acuan awal teori *stakeholder*, maka sebuah korporasi tak bisa dipisahkan dari kehidupan sosial disekitarnya. Korporasi harus bisa mempertahankan legitimasi *stakeholder* dan memposisikannya sebagai skema kebijaksanaan dan pembuatan putusan, sehingga bisa menjadi faktor penguat guna merealisasikan sasaran korporasi, yakni kestabilan operasional usaha dan terjaminnya *going concern* (Hadi, 2014)

Corporate Social Responsibility (CSR)

Johnson and Johnson (Hadi, 2014) menyatakan “*Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society*”. Ungkapan tersebut bersumber dari pemikiran mengenai metode mengatur korporasi secara maksimal, sehingga mampu memberikan kontribusi yang baik bagi korporasi dan sekitarnya. Untuk itu, perusahaan syaratnya, korporasi harus sanggup mengatur seluruh operasionalnya dan menciptakan produk yang mampu memberikan manfaat bagi lingkungan sosialnya.

Tanggung jawab yang dimiliki korporasi atas lingkungan sosialnya diimplementasikan melalui beragam kegiatan yang berdampak positif bagi masyarakat dan perekonomian di sekitarnya (Hadi 2014). Dari aspek ekonomi, tanggung jawab ekonomi berkontribusi dalam memberikan dukungan bagi terealisasinya kinerja keuangan korporasi (Spicer, 1978; Sturdivant & Ginter, 1977; Parker & Eilbirt, 1975; Kedia & Nutt, 1981 dalam Hadi, 2014).

Tanggung jawab korporasi atas lingkungan sosialnya diposisikan sebagai strategi usaha dimana korporasi menjadikan tanggung jawab sosial itu sebagai sarana membangun strategi usaha. Perusahaan menjadikan keakraban dan berpihaknya pada *stakeholder* guna dapat unggul dalam kompetisi bisnis. Kondisi ini muncul karena adanya dorongan memperkuat kemampuan bersaing melalui teknik konvensional seperti yang banyak dijalankan korporasi, kenyataannya hal ini tak cukup ampuh agar

dapat unggul dalam persaingan usaha. Hal ini cukup beralasan sebab untuk dapat unggul dalam persaingan bisnis harus lebih menitikberatkan pada sudut pandang korporasi, bergantung pada keberuntungan dan tidak terlalu mempertimbangkan keseimbangan dan kesamaan kepentingan dari para *stakeholder*. Karena itu pola dalam improvisasi strategi korporasi yang dijalankan dengan mempertimbangkan kesamaan pemikiran, aspek manfaat, partisipasi dan empati pada *stakeholder* menjadi pilihan dan kebiasaan baru. Banyak korporasi yang memberdayakan beragam simbol dan indikator tanggung jawab sosial sebagai bagian penting dalam menciptakan *value* perusahaan (Hadi, 2014).

Mengacu pada pemaknaan di atas, CSR bisa diasumsikan sebagai wujud tanggung jawab korporasi kepada lingkungan luar maupun dalam korporasi yang dianggap sebagai kesungguhan dan kesepakatan bisnis dan bersifat berkelanjutan serta memberikan sumbangsih bagi perkembangan usaha. CSR dianggap sebagai unsur penting dalam konsep keselarasan dari aspek ekonomi, lingkungan, sosial dan kebudayaan.

Kinerja Perusahaan

Pengukuran kinerja korporasi secara sederhana ditekankan pada sejumlah analisa, yakni: *profitability*, *liquidity*, *solvency*, *financial efficiency*, *repayment capacity*. Sudut pandang akuntansi menyatakan bahwa patokan dalam mengukur performa korporasi adalah untuk memprediksi nilai pasar dan *return*. Harga pasar saham menggambarkan nilai fundamental saham (Kasmir, 2012), sehingga bisa disederhanakan bahwa harga pasar saham menjadi indikator performa korporasi. Pergerakan saham ini nantinya lambat laun akan berdampak pada pengembalian yang didapatkan investor. Pastinya juga ditentukan oleh *return* pasar. Sehingga abnormal *return* yang didapatkan investor nantinya juga merefleksikan performa pasar korporasi.

Return dianggap sebagai faktor yang turut mendorong investor untuk melakukan investasi dan dianggap juga sebagai balasan atas ketangguhan penanam saham atas risiko berinvestasi yang dijalanannya. Terdapat dua komponen pokok yang menjadi sumber *return* investasi, yakni : *yield* dan *capital gain (loss)*. *Yield* diasumsikan sebagai unsur *return* yang merefleksikan arah kemana kas mengalir atau pendapatan yang didapatkan secara berkala dari sebuah investasi. Sementara *capital gain (loss)* merupakan unsur kedua dari *return* yang merefleksikan kenaikan (penurunan) harga sebuah surat berharga (bisa saham maupun surat utang jangka panjang), yang bisa menghadirkan keuntungan (kerugian) bagi penanam saham (Jogiyanto, 2013).

Pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan

CSR dari aspek ekonomi penyelenggaraannya lebih difokuskan pada pengendalian pasar, pembangunan ekonomi makro dan memastikan keberlanjutan pola transaksi di pasar yang dihubungkan dengan visi dan misi dari korporasi sehingga bisa berdampak pada performa korporasi. Optimalisasi atas performa korporasi nantinya akan berimplikasi pada *return* saham korporasi. Selaras dengan Hadi (2014) yang dalam studinya mengkonsepsikan bahwa pola yang dibangun korporasi sehubungan dengan merealisasikan tanggung jawab ekonomi bersifat global dengan menjadikan kondisi ekonomi area tertentu sebagai fokus korporasi sehingga berimplikasi pada munculnya koordinasi saling untung antara penggiat ekonomi dan korporasi.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan data sekunder yakni berupa laporan CSR perusahaan. Sampel yang digunakan dalam studi ini yakni perusahaan indeks LQ-45 yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. Penentuan sampel menjalankan *purposive sampling*. Total sampel yang dipakai adalah 33 perusahaan dengan masing-masing 5 tahun pengamatan, sehingga keseluruhan data yang diamati menjadi 165. Data selanjutnya ditelaah secara deskriptif kuantitatif menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS.

Corporate Social Responsibility sebagai variabel bebas dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga aspek, yakni:

- CSR *economis* (X_1), meliputi: kapasitas perdagangan, perspektif keberadaan pasar, dan perspektif akibat perdagangan tidak langsung.
 - CSR *Environment* (X_2), meliputi: bahan, energi, air, keanekaragaman hayati (*biodiversity*), emisi, limbah dan aspek limbah, aspek produk dan jasa, aspek kepatuhan, aspek transportasi/transportasi, dan keseluruhan terdiri dari berbagai aspek
 - CSR *Social* (X_3). Meliputi: tenaga kerja, HAM, sosial kemasyarakatan, penatagunaan produk.
- Kinerja perusahaan sebagai variabel terikat dijalankan dengan melakukan pengukuran pada *return* saham dalam perpektif (Jogiyanto, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov Smirnov-Z	Signifikansi	Keterangan
Unstandardized Residual	1.234	95	Berdistribusi Normal

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Skor signifikansi pada hasil uji normalitas adalah 0,095 lebih dari 0,05 yang menunjukkan bahwa data pada studi ini terdistribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	Variance Inflation Factor
CSR Economic (X_1)	0,422	2,37
CSR Environment (X_2)	0,573	1,745
CSR Social (X_3)	0,329	3,035

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Skor *tolerance* melebihi 0,1 serta didukung nilai VIF tak lebih dari 10, mengungkapkan bahwa pada studi ini tak ditemukan gejala atau indikasi adanya multikolinieritas.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas melalui Glejser

Variabel	Tolerance	Keterangan
CSR Economic (X_1)	0,378	Tidak ada gejala
CSR Environment (X_2)	0,263	Tidak ada gejala
CSR Social (X_3)	0,302	Tidak ada gejala

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Hasil uji heteroskedastisitas memperlihatkan bahwa keseluruhan faktor pada studi ini mempunyai skor signifikansi diatas 0,05, sehingga secara otomatis data studi terbukti tak mengalami indikasi heteroskedastisitas.

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson	Keterangan
1	1,949	Tidak terdapat gejala autokorelasi

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Hasil uji autokorelasi memperlihatkan skor Durbin Watson pada model regresi yakni 1,949 berada pada range -2 hingga +2 dan dimaknai tak ditemukan autokorelasi.

Tabel 5. Hasil Pengolahan Data

Variabel	Koefisien Regresi	thitung	Sig	Keterangan
Konstanta	-2,308			
CSR Economic (X_1)	4,264	2,109	0,036	Signifikan
CSR Environment (X_2)	6,621	2,331	0,021	Signifikan
CSR Social (X_3)	6,749	2,207	0,029	Signifikan
ttabel	1,975			
R	0,575			
R Square	1,331			
Adjusted R Square	0,318			

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Mengacu pada output regresi linear berganda diperoleh formulasi berikut:

$$Y = -2,308 + 4,264 X_1 + 6,621 X_2 + 6,749 X_3$$

Pemaknaan dari formulasi diatas adalah:

- Konstanta dengan skor -2,308 memperlihatkan bahwa jika variabel X_1 , X_2 , dan X_3 tak mengalami perubahan atau fluktuasi, maka performa korporasi adalah -2,308.
- Kenaikan faktor CSR *Economic* (X_1) sejumlah 1 satuan, maka berdampak pada menurunnya performa korporasi sebanyak 4,264%.
- Kenaikan faktor CSR *Environment* (X_2) sejumlah 1 satuan, maka berdampak pada naiknya performa korporasi sebanyak 6,621%.
- Kenaikan faktor CSR *Social* (X_3) sejumlah 1 satuan, maka berdampak pada naiknya performa korporasi sebanyak 6,749%.

Beranjak dari interpretasi di atas, dapat dilihat kontribusi tiap variabel bebas atas variabel terikat yakni sebagai berikut: 1. Koefisien CSR ekonomi (X_1) mempunyai skor thitung 2,109 dan angka signifikansi 0,036. Maknanya adalah CSR ekonomi (X_1) memiliki kontribusi yang signifikan atas performa korporasi (Y). dibuktikan dengan skor t_{hitung} diatas skor t_{tabel} ($2,109 > 1,975$), skor signifikansi dibawah skor signifikansi ($0,036 < 0,05$), dan skor signifikansi kurang dari skor signifikansi. Dengan demikian, maka hipotesa ketiga (H_3) yang berbunyi CSR sosial berkontribusi pada performa usaha dinyatakan diterima.

Nilai R-squared dengan nilai 0,331 adalah *R-squared*, menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 33,1% terhadap variabel dependen, dengan sisanya 66,9 dilaporkan dalam penelitian ini, akan menjadi variabel lain yang belum. Nilai faktor keputusan yang disesuaikan untuk model regresi ini adalah 0,318 yang menunjukkan bahwa variabilitas atau variabilitas variabel terikat (Y) dipengaruhi oleh variabel bebas (X) sebesar 31,8%,

Pengaruh CSR *Economic* terhadap Kinerja Perusahaan

Temuan survei memperlihatkan bahwa CSR dari aspek ekonomi berkontribusi nyata atas performa korporasi indeks LQ45 BEI 2014-2018. Temuan tersebut mendeskripsikan bahwa kenaikan faktor CSR ekonomi berkontribusi secara langsung pada kapabilitas korporasi dalam memperoleh profit. Temuan ini selaras dengan pendapat Hadi (2014) yang mengkonsepsikan bahwa tujuan dari asumsi korporasi saat mengoperasionalkan tanggung jawab ekonomi memiliki sifat menyeluruh dan pola ekonomi setempat dianggap sebagai target utama korporasi. Maknanya, perusahaan bisa memperkuat kemitraan yang bersifat simbiosis mutualisme antara pegiat ekonomi setempat dengan

pegiat usaha. Mengoptimalkan kesejahteraan dari aspek ekonomi menjadi sasaran korporasi dan memberikan peluang bagi pemegang kekuasaan untuk lebih bertanggung jawab pada performa finansial korporasi. Temuan ini selaras dengan pendapat Yaparto (2013), Gantino (2016) dan Giannarakis (2016), yang memperlihatkan bahwa ekonomi CSR tak berkontribusi nyata pada performa korporasi. Kemitraan dengan penduduk sekitar bersifat simbiosis mutualisme sebab dapat mendayagunakan sumber daya setempat dalam memaksimalkan aktivitas bisnis korporasi, dan sumber daya ekonomi diasumsikan sebagai kekayaan bernilai bagi korporasi.

Pengaruh CSR *Environment* terhadap Kinerja Perusahaan

Mengacu pada analisa studi diperoleh informasi bahwa faktor CSR *environment* mempunyai kontribusi besar pada performa korporasi indeks LQ-45 di BEI 2014-2018. Bisa dideskripsikan bahwa optimalisasi atau kenaikan pada faktor CSR *environment*, otomatis berakibat pada naiknya performa korporasi.

Temuan ini mendukung pendapat Mardikanto (2014) yang berasumsi bahwa dari aspek lingkungan, agar terhindar dari pengaruh lingkungan yang bersumber dari kegiatan usaha dan produk, serta emisi dan limbah, mewujudkan efisiensi dan produktivitas yang optimal ditentukan oleh ketersediaan sumber kekuatan, memunculkan pengaruh yang kurang baik bagi lahan dan memaksimalkan persediaan, berdampak pada ketersediaan sumber daya untuk masa depan.

Selaras dengan temuan Yaparto (2013), Gantino (2016), Giannarakis (2016) yang memperlihatkan bukti secara empirik mengenai faktor lingkungan yang berkontribusi besar pada performa korporasi. Hal ini terlihat dari kewajiban korporasi untuk memperoleh dampak lingkungan yang bersumber dari aktivitas bisnis yang dioperasionalkan korporasi. Menghadirkan kondisi sekitar yang nyaman, aman dan sehat, pengelolaan limbah sampah dengan tepat, dan kemampuan untuk memproduksi sesuatu yang bersifat ramah lingkungan merupakan bentuk kewajiban yang harus direalisasikan oleh korporasi.

Korporasi akan semakin paham bahwa sejumlah faktor lingkungan akan memiliki keterkaitan langsung maupun tak langsung dengan performa kegiatan usahanya, baik itu dari penyediaan jasa maupun kegiatan manufaktur.

Pengaruh CSR *Social* terhadap Kinerja Perusahaan

Merujuk pada temuan studi, diperoleh informasi bahwa faktor CSR berkontribusi nyata atas performa korporasi kategori indeks LQ-45 di BEI 2014- 2018. Bisa dideskripsikan bahwa kenaikan faktor CSR sosial otomatis akan memunculkan kenaikan performa korporasi. Sejalan dengan teori pemangku kepentingan yang berasumsi bahwa CSR adalah wujud tanggung jawab yang lebih serius dan memiliki dampak pada pihak internal dan eksternal yang memiliki ketertarikan pada korporasi. Hal ini cukup beralasan sebab tanggung jawab sosial korporasi tak hanya dari aspek aktivitas saja, tapi juga sudah dianggap sebagai keharusan bagi korporasi untuk bisa menjamin dan memberikan bantuan pada kelanjutan hidup korporasi. Publikasi laporan oleh korporasi tak hanya bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai tahapan produksi korporasi yang bertujuan mendapatkan profit, namun juga menjadi bukti keseriusan korporasi dalam mempertimbangkan problematika sosial dan lingkungan dan menjadikan tingkat kredibilitas korporasi dimata para *stakeholder* menjadi meningkat yang bisa dilihat dari meningkatnya jumlah investor dan berdampak nyata pada profit perusahaan yang semakin meningkat. *Stakeholder* tertuju pada tiap orang maupun komunitas yang bertahan untuk terus ambil bagian atau memiliki intervensi pada sebuah institusi misalnya saja dalam bentuk kepemilikan saham/obligasi dari sebuah korporasi.

Temuan studi ini memberikan dukungan pada pendapat Sembiring dalam Vera (2016) yang mengedepankan bahwa publikasi tanggung jawab sosial dari sebuah korporasi kerap kali diidentifikasi sebagai tahapan sosialisasi pengaruh sosial dan ekologi dari aktivitas ekonomi lembaga kepada komunitas yang memiliki kepentingan khusus dan publik secara menyeluruh. Korporasi secara transparan melakukan publikasi atas informasi sosial dengan maksud menumbuhkan kesan bagi korporasi dan memperoleh kesan positif dari publik.

Temuan studi ini relevan dengan temuan Yaparto (2013), Gantino (2016), Giannarakis (2016) yang secara empirik membuktikan bahwa faktor sosial berdampak pada image korporasi, yang memperlihatkan adanya dukungan aktif dari pihak korporasi dalam wujud aktivitas sosial dan berdampak baik pada penduduk disekitar korporasi, karena itulah publik mempunyai pendapat yang baik pada image korporasi. Faktor sosial berkontribusi pada performa korporasi yang memperlihatkan bahwa keberadaan aliran dana korporasi kepada masyarakat sekitar bisa bermanfaat dalam memaksimalkan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat setempat.

SIMPULAN

Aspek CSR jika dilihat dari sudut pandang ekonomi mempunyai signifikansi dibawah nilai signifikan, sehingga aspek ini berkontribusi nyata pada performa korporasi. Hal ini memperlihatkan bahwa tiap kenaikan aspek ekonomi dalam bentuk performa ekonomi, eksistensi pasar, dan pengaruh tak langsung akan berakibat pada nilai saham korporasi, sehingga memperlihatkan performa korporasi yang semakin baik juga.

Aspek CSR mengacu pada aspek ekologi mempunyai skor signifikan dibawah tingkat signifikan, sehingga aspek ekologi berdampak besar pada performa korporasi. Hal ini memperlihatkan bahwa tiap kenaikan faktor sosial dalam wujud bahan, kekuatan, air, biodiversitas, limbah buangan ketaatan, akomodasi dan investasi ekologi secara menyeluruh akan berkontribusi langsung pada nilai saham yang dimiliki korporasi sehingga memperlihatkan performa korporasi yang semakin maksimal.

Aspek CSR jika dilihat dari faktor sosial mempunyai skor signifikan dibawah tingkat signifikan, sehingga aspek ini berkontribusi nyata pada performa korporasi. Artinya adalah tiap kenaikan aspek sosial dalam wujud pengelolaan tenaga kerja, kemanusiaan, dan tanggung jawab atas produk berkontribusi langsung pada nilai saham yang dimiliki korporasi, sehingga memperlihatkan performa korporasi yang juga mengalami kenaikan.

Untuk korporasi, dikehendaki kesuksesan CSR dilihat dari dampak positif yang diterima oleh korporasi, seperti performa korporasi dari aspek kenaikan penjualan, citra korporasi yang positif, dan profit dari aspek keuangan. Dikehendaki korporasi bisa mengimplementasikan beragam program CSR sehingga bermanfaat untuk penduduk sekitar. Korporasi bisa membangun kemitraan dengan pemuka masyarakat dalam merancang tahapan pelaksanaan program, dimulai dari perancangan program, penerapan, pengawasan dan evaluasi hingga pembuatan laporan.

DAFTAR PUSTAKA

- ACCA. The Association of Chartered Certified Accountants. 2013. The Business Benefits Of Sustainability Reporting in Singapore. Singapore.
- Gantino, Rilla. 2016. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014. Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis. Universitas Esa Unggul. Jakarta. Vol. 3(2), 19-32. dari: <https://jurnal.usk.ac.id/JDAB/article/view/5384>
- Giannarakis, Grigoris. 2016. The impact of corporate social responsibility on financial performance. Jurnal. [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.13\(3-1\).2016.03](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.13(3-1).2016.03)
- Hadi, Nor. 2014. Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jogiyanto, HM. 2010. Studi Peristiwa (Menguji Reaksi Pasar Modal Akibat Suatu Peristiwa). Edisi 1. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta

- Mardikanto, Totok. 2014. *Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. Seminar Nasional Akuntansi, 8, pp. 379-395. dari: https://www.researchgate.net/publication/277877352_KARAKTERISTIK_PERUSAHAAN_DAN_PENGUNGKAPAN_TANGGUNG_JAWAB_SOSIAL_STUDY_EMPIRIS_PADA_PERUSAHAAN_YANG_TERCATAT_DI_BURSA_EFEK_JAKARTA
- Yaparto, Marissa. 2013. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur Yang Tendaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011. Jurnal . Universitas Surabaya. dari: <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/106>