

PENGARUH TINGKAT PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PERUSAHAAN

Wenni Wahyuandari
Fakultas Ekonomi
wwahyuandari@yahoo.com

Abstrak

Tanggung Jawab Sosial Korporasi atau biasa disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu wujud tanggung jawab yang diemban oleh perusahaan sebagai bagian yang terintegrasi dalam masyarakat yang berkewajiban untuk turut menyelesaikan masalah sosial yang ada di dalam masyarakat dengan tujuan sebagai salah satu cara untuk dapat meredam hal-hal negatif yang timbul di dalam masyarakat yang disebabkan oleh kurangnya perhatian dari pihak perusahaan kepada masyarakat sekitarnya. Konsep CSR (*Corporate Social Responsibility*) merujuk bahwa perusahaan bukan organisasi yang berusaha mencari *profit* saja, tapi juga mempunyai peranan dalam memberikan kontribusi terhadap masyarakat dan lingkungannya untuk membentuk *sustainable society*. Setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi yang unik yang berpengaruh terhadap bagaimana mereka memandang tanggung jawab social. Untuk mengevaluasi keberhasilan pelaksanaan CSR dan sebagai sarana pertanggungjawaban kepada *shareholders* dan *investor*, diperlukan adanya pengungkapan tanggung jawab social (*Corporate Social Disclosure*) dalam laporan keuangan tahunan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tingkat *profitabilitas* perusahaan terhadap pengungkapan aktivitas *corporate social responsibility*. Sebanyak tiga puluh dua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memenuhi kriteria diambil sebagai sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengambil dokumentasi laporan tahunan yang terdapat di BEI yang terangkum dalam ICMD. Data diolah dengan menggunakan uji statistik regresi linier berganda. Penelitian ini membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara profitabilitas perusahaan yang digambarkan dengan ROA dan ROE terhadap pengungkapan aktivitas CSR.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility, profitabilitas*

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is a form of responsibility assumed by the company as an integrated part of society who are obliged to contribute to solve social problems that exist in society with the goal as one way to be able to put a damper on things negative - things that arise in the community caused by the lack of attention from the company to the surrounding community. The concept of CSR (Corporate Social Responsibility) refers that the company is not an organization that seeks only profit, but also has a role in contributing to society and the environment to form a sustainable society. Each company has unique characteristics and circumstances that affect how they perceive the responsibility social. Untuk evaluating the successful implementation of CSR and as a means of accountability to shareholders and investors, required disclosures social responsibility (Corporate Social Disclosure) in the financial statements of this tahunan. Penelitian aims to test the effect of the level of profitability of the company on the disclosure of corporate social activity responsibility. Sebanyak thirty-two companies listed in Indonesia Stock Exchange that meet criteria taken as a sample. The data collection is done by taking the documentation contained in the annual report are summarized in ICMD IDX data was processed using multiple linear regression statistical test. This study proves that there is no significant influence of the company's profitability is described by ROA and ROE on the disclosure of CSR activities.

Keywords: Corporate Social Responsibility, profitability

A. PENDAHULUAN

Tanggung Jawab Sosial Korporasi atau biasa disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi topik hangat yang ramai di perbincangkan. *Corporate Social Responsibility* yang merupakan suatu wujud tanggung jawab yang diemban oleh perusahaan sebagai bagian yang terintegrasi dalam masyarakat yang berkewajiban untuk turut menyelesaikan masalah sosial yang ada di dalam masyarakat. Seiring dengan berjalannya waktu, semakin banyak perusahaan yang melakukan CSR yang diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan dengan tujuan sebagai salah satu cara untuk dapat meredam hal-hal negatif yang timbul di

dalam masyarakat yang disebabkan oleh kurangnya perhatian dari pihak perusahaan kepada masyarakat sekitarnya. Konsep CSR (*Corporate Social Responsibility*) merujuk bahwa perusahaan bukan organisasi yang berusaha mencari *profit* saja, tapi juga mempunyai peranan dalam memberikan kontribusi terhadap masyarakat dan lingkungannya untuk membentuk *sustainable society*. Dalam menjalankan aktivitas CSR, tidak ada standar atau praktik-praktik tertentu yang dianggap terbaik. Setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi yang unik yang berpengaruh terhadap bagaimana mereka memandang tanggung jawab social. Untuk mengevaluasi

keberhasilan pelaksanaan CSR dan sebagai sarana pertanggung jawaban kepada *shareholders* dan *investor*, diperlukan adanya pengungkapan tanggung jawab social (*Corporate Social Disclosure*) dalam laporan keuangan tahunan. CSD (*Corporate Social Disclosures*) perusahaan dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan nonkeuangan yang meliputi manfaat sosial (*social benefits*) dan biaya sosial (*social cost*) berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya. Penyediaan informasi yang luas dalam laporan keuangan merupakan keharusan yang disebabkan adanya permintaan berbagai pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut tidak lepas dari kesadaran perusahaan terhadap kepentingan lain selain untuk memaksimalkan laba bagi perusahaan. Perusahaan menyadari bahwa mereka selalu bersinggungan dengan berbagai kontroversi dan masalah social sehingga perusahaan mulai memperhatikan hubungan dengan lingkungan sosialnya. *Corporate Social Responsibility* saat ini bukan lagi bersifat suka rela atau sebuah komitmen yang dilakukan perusahaan di dalam mempertanggung jawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib atau menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007

Tentang Perseroan Terbatas (UUPT), yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007. pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan; (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dengan adanya peraturan ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak dibidang dan atau berkaitan dengan sumberdaya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat di dalam Undang-Undang Nomor 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) pasal 41 ayat (1) yang menyatakan:“ Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan atau perusakan lingkungan hidup diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah “.Selanjutnya, pasal 42 ayat (1) menyatakan:“Barangsiapa yang karena

kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan atau merusak lingkungan hidup, diancam dengan pidana paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah". Dalam menjalankan aktivitas CSR tidak ada standar atau praktik-praktik tertentu yang dianggap terbaik. Setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi yang unik yang berpengaruh terhadap bagaimana mereka memandang tanggung jawab social (Susanto, 2007:73). Untuk mengevaluasi keberhasilan pelaksanaan CSR dan sebagai sarana pertanggung jawaban kepada *shareholders* dan investor, diperlukan adanya pengungkapan tanggung jawab social (*Corporate Social Disclosures*) dalam laporan keuangan tahunan. CSD (*Corporate Social Disclosures*) perusahaan dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan yang meliputi manfaat social (*social benefit*) dan biaya social (*social cost*) berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya. Penyediaan informasi yang luas dalam laporan keuangan merupakan keharusan karena adanya permintaan berbagai pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut.

B. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat *profitabilitas* terhadap pengungkapan aktivitas tanggung

jawab sosial (*Corporate Social Responsibility Disclosure*). Adapun objek penelitian adalah perusahaan manufaktur yang dipilih karena perusahaan dalam sektor tersebut mengelola sebagian besar kebutuhan primer yang langsung dirasakan oleh masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis

Definisi Operasional

Profitabilitas perusahaan (*Return on Asset* dan *Return on Equity*). Merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran *profitabilitas* dapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Sehingga, *profitabilitas* menjadi salah satu pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

Pengungkapan aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum

C. TINJAUAN PUSTAKA

Profitabilitas adalah suatu angka yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (*profitabilitas*) pada tingkat penjualan, *asset*, dan modal

saham tertentu. *Profitabilitas* merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran *profitabilitas* dapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Sehingga, *profitabilitas* menjadi salah satu pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya. (Darsono dan Anshari,2005:55)“Akuntansi pertanggung jawaban sosial adalah proses pengurutan, pengukuran dan pengungkapan pengaruh yang kuat dari pertukaran antara suatu perusahaan dengan lingkungan sosialnya”. (Belkaoui, 2000:39),

Ada tiga tujuan akuntansi pertanggung jawaban sosial yaitu:1). Untuk mengidentifikasi dan mengukur kontribusi sosial neto periodik suatu perusahaan yang meliputi bukan hanya biaya dan manfaat yang diinternalisasikan ke perusahaan, namun juga timbul dari eksternalitas yang mempengaruhi bagian-bagian sosial yang berbeda. 2). Untuk membantu menentukan praktek dan strategi perusahaan secara langsung mempengaruhi sumber daya relatif dan keadaan sosial adalah konsisten dengan prioritas-prioritas sosial yang secara luas dicanangkan di satu pihak dan aspirasi para individu di lain pihak. 3). Untuk menyediakan dengan cara yang optimal bagi semua kelompok sosial, informasi yang relevan mengenai tujuan, kebijakan, program, kinerja dan kontribusi

suatu perusahaan terhadap tujuan-tujuan sosial.(Ramanathan dalam Usmansyah 1989:35)

Corporate Social Responsibility (CSR)

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006:5).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*: “*Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan”.Sedangkan menurut Wikipedia Indonesia, ensiklopedia bebas berbahasa Indonesia, tanggung jawab sosial perusahaan adalah merupakan suatu konsep bahwa organisasi,khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap

konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Dari beberapa definisi di atas, dapat ditarik suatu benang merah mengenai definisi CSR, yaitu suatu mekanisme proses bisnis perusahaan yang mengintegrasikan aspek ekonomi, aspek sosial dan aspek lingkungan dalam aktivitasnya mencari keuntungan, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan *shareholder, stakeholders*, dan lingkungan sekitar. *Corporate Social Responsibility* yang merupakan suatu wujud tanggung jawab yang diemban oleh perusahaan sebagai bagian yang terintegrasi dalam masyarakat yang berkewajiban untuk turut menyelesaikan masalah sosial yang ada di dalam masyarakat. Seiring dengan berjalannya waktu, semakin banyak perusahaan yang melakukan CSR yang diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan dengan tujuan sebagai salah satu cara untuk dapat meredam hal-hal negatif yang timbul di dalam masyarakat yang disebabkan oleh kurangnya perhatian dari pihak perusahaan kepada masyarakat sekitarnya. Konsep CSR (*Corporate Social Responsibility*) merujuk bahwa perusahaan bukan organisasi yang berusaha mencari *profit* saja, tapi juga mempunyai peranan dalam memberikan kontribusi terhadap masyarakat dan lingkungannya untuk membentuk *sustainable society*.

Dimensi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

1) Pelanggan yaitu memahami apa yang diinginkan pelanggan, menyediakan kualitas keandalan dalam produk atau jasa, melayani pelanggan dan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan.

2) Karyawan Tanggung jawab sosial perusahaan yaitu menyediakan kerja yang penuh makna, membantu karyawan dalam mengembangkan dan merealisasikan potensinya. Perusahaan yang menyediakan kualitas kerja yang lebih berarti dan kualitas hidup yang tinggi dalam tempat kerja mempunyai pengaruh langsung pada laba atas peningkatan produktifitas, inovasi yang lebih baik, keandalan dan kualitas yang lebih tinggi. Untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan, perusahaan membutuhkan karyawan sebagai alat untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian perusahaan harus tetap menjaga hubungan baik dengan karyawan agar kelangsungan usaha tetap terjaga.

3) Partner bisnis Dengan mengembangkan hubungan jangka panjang dan bekerja dekat dengan partner bisnis, perusahaan dapat mengurangi kompleksitas, biaya-biaya, dan meningkatkan kualitas melalui *joint engineering projects*. Hubungan dengan partner bisnis sebaiknya dikelola sedemikian rupa sehingga baik perusahaan maupun para pemasok sama-sama

memperoleh manfaat. Mengambil keuntungan dari hubungan tersebut dapat secara langsung mengurangi biaya, meningkatkan nilai, atau keduanya

4) Lingkungan Menciptakan nilai dengan melakukan beberapa hal yang berhubungan dengan siklus hidup suatu produk. Dengan cara mengurangi masukan energi, mengurangi racun yang diserap, menambah bahan baku yang dapat diproduksi kembali mengembangkan ketahanan produk, menambah kemampuan barang dan jasa.

5) Masyarakat Kesuksesan perusahaan dihubungkan dengan kesehatan, stabilitas, kemakmuran masyarakat, dan komunitas dimana perusahaan beroperasi. Perusahaan berhubungan dengan masyarakat dengan berbagai cara, antar alain kegiatan amal, investasi sosial misalnya saja dukungan dalam pendidikan dan masalah sosial seperti pengangguran.

6) Investor Banyak pakar ekonomi, para pelopor bisnis, dan investor mengatakan bahwa tujuan bisnis adalah untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Tetapi dibalik itu semu masih terdapat tanggung jawab perusahaan yang lebih besar yaitu bagaimana mereka menjalin hubungan dengan *stakeholder* (Marcello Pallazi (Zulfa, 2011:25) :

Manfaat Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

1). Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan.

Perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitu pun sebaliknya, kontribusi positif akan mendongkrak reputasi dan image positif perusahaan. Inilah yang menjadi modal non finansial utama bagi perusahaan, bagi *stakeholdersnya* yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh berkelanjutan.

2). Layak mendapatkan *social license to operate*. Masyarakat sekitar perusahaan meupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan *benefit* dari keberadaan perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan ikut merasa memiliki perusahaan. Sehingga imbalan yang diberikan ke perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut. Jadi program CSR diharapkan menjadi bagian dari asuransi sosial (*social insurance*) yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan

3). Mereduksi resiko bisnis perusahaan
Mengelola resiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha. Perusahaan mesti menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi ekspektasi *stakeholder* pasti akan menjadi bom waktu yang dapat memicu resiko yang tidak diharapkan.

4). Melebarkan akses sumber daya
Track record yang baik dalam pengelolaan CSR

merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

5).Membentangkan akses menuju *market*.Investasi yang ditanamkan untuk program CSR ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Termasuk didalamnya akan memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

6). Mereduksi biaya. Banyak contoh yang dapat menggambarkan keuntungan perusahaan yang didapat dari penghematan biaya yang merupakan buah dari implementasi dari penerapan program tanggung jawab sosialnya.7).Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*. Implementasi program CSR tentunya akan menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*. Nuansa seperti itu dapat membentangkan karpet merah bagi terbentuknya *trust* kepada perusahaan.

8).Memperbaiki hubungan dengan *regulator*.Perusahaan yang menerapkan program CSR pada dasarnya merupakan upaya untuk meringankan beban pemerintah sebagai *regulator*.Sebab pemerintahlah yang menjadi penanggung jawab utama untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Tanpa bantuan dari masyarakat, umumnya terlalu berat bagi pemerintah untuk menanggung beban tersebut.

9).Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. Kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. Oleh karenanya wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya. Disamping itu reputasi perusahaan yang baik di mata *stakeholders* juga merupakan vitamin tersendiri bagi karyawan untuk meningkatkan motivasi dalam berkarya.

10). Peluang mendapatkan penghargaan. Banyak reward yang ditawarkan bagi penggiat CSR. Sehingga kesempatan untuk mendapatkan penghargaan cukup tinggi. (Wibisono, 2007:78-81)

Tehnik Pengumpulan Data

1. Tehnik Dokumentasi
2. Teknik Kepustakaan

Variabel Penelitian

1. Variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini adalah, *profitabilitas* perusahaan (*Return on Asset* dan *Return on Equity*).
2. Variabel terikatnya (*dependent*) dalam penelitian ini adalah pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan.

Alat Analisa

1. Rasio Profitabilitas

Rumus *Return on Asset (ROA)* adalah:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Rumus *Return on Equity* (ROE) adalah:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

2. Pengungkapan Aktivitas *Corporate Social Responsibility*

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan-perusahaan yang diteliti, dinilai melalui pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Dengan pengungkapan sosial tersebut akan dapat dihitung indeks pengungkapan sosialnya. Indeks pengungkapan sosial merupakan luas pengungkapan relatif dari setiap perusahaan sampel atas pengungkapan sosial yang dilakukannya. Indeks pengungkapan ditentukan dengan teknik tabulasi untuk setiap perusahaan sesuai daftar pengungkapan sosial. Skor yang diberikan bersifat dikotomi, yaitu akan diberikan skor 1 (satu) = *Yes* untuk setiap item yang diungkapkan dan akan diberikan skor 0 (nol) = *No* untuk item yang tidak diungkapkan.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik atau uji persyaratan hipotesis ini menggunakan uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Asumsi klasik bertujuan untuk memprediksikan adanya variable pengganggu atau dapat dikatakan model tersebut memenuhi *Best Linier Unbias Estimated (BLUE)*.

4. Analisis Regresi Berganda

Regresi Linear Berganda adalah metode statistika yang menjelaskan pola hubungan dua variabel atau lebih melalui sebuah persamaan. dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat *profitabilitas* yang terdiri ROA dan ROE terhadap pengungkapan aktivitas CSR. Adapun model regresi Linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

$Y =$ *Corporate Social Responsibility*

$a =$ Konstanta / intersep

b_1 dan $b_2 =$ Koefisien regresi variabel

$X_1 =$ rasio *Return on Asset* (ROA)

$X_2 =$ rasio *Return on Equity* (ROE)

$e =$ *Estimate of error* / faktor pengganggu

D.HASIL PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2014, Subjek penelitian adalah laporan tahunan perusahaan manufaktur, sedangkan objek penelitian adalah pengungkapan CSR dalam tiap laporan tahunan perusahaan. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *Purposive Sampling*, Kriteria yang digunakan yaitu : Perusahaan termasuk dalam kategori perusahaan manufaktur yang listing di BEI tahun 2012 - 2014 dan menerbitkan laporan tahunan tahun serta memiliki tingkat profitabilitas dan ekuitas positif selama 3 tahun berturut-turut.

Berdasarkan kriteria adalah sebanyak 32 perusahaan.

Hasil Perhitungan *Return On Asset* (%)

NO	KODE	2012	2013	2014
		ROA	ROA	ROA
1	INTP	16.00	22.00	23.00
2	AMFG	11.37	3.41	13.90
3	TOTO	6.14	18.09	17.75
4	BTON	60.42	35.08	53.40
5	KRAS	2.99	3.87	6.04
6	NIKL	9.18	6.90	8.13
7	BUDI	1.90	9.20	2.30
8	EKAD	3.27	9.96	11.97
9	UNIC	1.30	1.75	1.48
10	BRNA	0.04	0.04	0.06
11	IPOL	3.00	6.00	8.00
12	CPIN	4.90	30.15	33.91
13	MAIN	0.49	8.58	18.62
14	FASW	2.80	17.50	15.60
15	TKIM	2.30	1.30	2.00
16	BRAM	5.67	5.34	8.99
17	UNIT	42.25	57.13	54.94
18	IKBI	0.15	0.05	0.01
19	KBLM	1.80	2.80	2.20
20	AISA	3.68	2.21	3.88
21	MYOR	7.00	11.00	11.00
22	CEKA	4.60	8.70	3.48
23	DLTA	11.99	16.64	19.70
24	ULTJ	17.67	3.53	5.34
25	ROTI	13.74	16.46	17.56
26	GGRM	7.81	12.69	13.49
27	HMSP	24.50	28.70	31.30
28	KDSI	1.18	1.91	3.03
29	UNVR	37.00	40.70	38.90
30	SMSM	10.00	14.00	14.00
31	LMPI	0.50	1.10	0.50
32	MERK	26.29	33.80	27.32

Sumber :data sekunder ICMD 2014 diolah

Hasil Perhitungan *Return On Equity* (dalam%)

NO	KODE	2012	2013	2014
		ROE	ROE	ROE
1	INTP	18.00	25.00	25.00
2	AMFG	15.36	4.40	17.96
3	TOTO	17.43	34.58	30.71
4	BTON	10.08	34.70	36.42
5	KRAS	8.45	8.52	11.43
6	NIKL	28.00	9.82	15.30
7	BUDI	5.30	19.70	6.00
8	EKAD	7.80	23.65	22.99
9	UNIC	3.01	3.19	2.79
10	BRNA	0.11	0.11	0.17
11	IPOL	4.00	12.00	11.00
12	CPIN	19.24	54.98	49.52
13	MAIN	19.58	62.89	69.74
14	FASW	1.00	7.50	6.30
15	TKIM	8.30	4.90	6.90
16	BRAM	9.50	7.34	12.51
17	UNIT	18.47	23.57	22.92
18	IKBI	0.19	0.06	0.01
19	KBLM	4.80	8.30	5.30
20	AISA	9.58	5.49	13.07
21	MYOR	16.00	24.00	24.00
22	CEKA	11.86	16.42	9.57
23	DLTA	7.99	21.15	16.26
24	ULTJ	26.75	5.13	6.25
25	ROTI	19.98	34.03	21.91
26	GGRM	12.12	18.88	19.56
27	HMSP	48.40	48.60	62.90
28	KDSI	2.51	4.40	6.61
29	UNVR	77.60	82.20	83.70
30	SMSM	17.00	27.00	29.00
31	LMPI	1.00	2.00	0.70
32	MERK	30.13	41.42	32.72

Sumber :data sekunder ICMD 2014 diolah

Indeks Pengungkapan aktivitas CSR tahun 2012-2014

NO	KODE	2012	2013	2014
		CSRI	CSRI	CSRI
1	INTP	0.21	0.26	0.28
2	AMFG	0.22	0.26	0.26
3	TOTO	0.26	0.28	0.31
4	BTON	0.09	0.15	0.15
5	KRAS	0.40	0.45	0.45
6	NIKL	0.29	0.35	0.37
7	BUDI	0.37	0.42	0.42
8	EKAD	0.12	0.14	0.15
9	UNIC	0.27	0.26	0.28
10	BRNA	0.27	0.33	0.35
11	IPOI	0.27	0.27	0.28
12	CPIN	0.09	0.09	0.09
13	MAIN	0.17	0.21	0.21
14	FASW	0.29	0.37	0.37
15	TKIM	0.37	0.44	0.44
16	BRAM	0.17	0.21	0.21
17	UNIT	0.08	0.08	0.08
18	IKBI	0.21	0.21	0.22
19	KBLM	0.29	0.31	0.32
20	AISA	0.27	0.26	0.28
21	MYOR	0.27	0.26	0.27
22	CEKA	0.12	0.12	0.12
23	DLTA	0.23	0.24	0.24
24	ULTJ	0.19	0.19	0.19
25	ROTI	0.12	0.12	0.12
26	GGRM	0.24	0.24	0.26
27	HMSA	0.17	0.17	0.19
28	KDSI	0.13	0.12	0.13
29	UNVR	0.28	0.31	0.33
30	SMSM	0.35	0.38	0.40
31	LMPI	0.22	0.19	0.22
32	MERK	0.27	0.29	0.31

Sumber :data sekunder ICMD 2014 diolah

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandartized Coefficients		t ^{hitung}	Sig
	B	Std. Error		
Constant	0.821	0.74	11.069	0.000
ROA (X ₁)	-0.03	0.002	-1.937	0.063
ROE (X ₂)	0.001	0.001	0.481	0.634
R =	0.376		R Square =	0.141
t ^{hitung} =	2.381		Sig =	0.110
t ^{tabel} =	(df: 2/29; = 2%) = 3.74		t ^{tabel} = (df:14; =5%/2) = 2.1448	

Sehingga didapat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 0.821 - 0.003 X_1 + 0.001 X_2 + e_i$$

Interprestasi dari model regresi diatas adalah sebagai berikut :

1. Konstanta (a) yang dihasilkan sebesar 0.821 menunjukkan bahwa besarnya nilai pengungkapan aktivitas *corporate social responsibility* (Y) sebesar 0.821 jika ROA (X1) dan ROE (X2) adalah konstan.
2. Nilai koefisien ROA (1) sebesar - 0.003 menunjukkan bahwa jika variabel ROA (X1) ditingkatkan, maka akan mengakibatkan penurunan pengungkapan aktivitas *corporate social responsibility* sebesar 0.003 dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Nilai koefisien ROE (2) sebesar 0.003 menunjukkan bahwa jika variabel ROE (X2)ditingkatkan,maka akan mengakibatkan aktivitas *corporate social responsibility* peningkatan pengungkapan sebesar 0.001, dengan asumsi variabel lain konstan.
4. e_i menunjukkan faktor pengganggu di luar model yang diteliti.

Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted	Std. Error of
		R Square	the Estimaste
0.376	0.141	0.82	0.2746

Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel bebas (tingkat *profitabilitas* yang terdiri dari ROA, dan ROE) dengan variabel terikat (pengungkapan aktivitas CSR), besarnya nilai koefisien korelasi adalah 0.376. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan variabel ROA (X1) dan ROE (X2) dengan variabel pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility* adalah lemah karena mendekati nilai nol. Nilai koefisien determinasi atau R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Y) yaitu variabel pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*. Hasil dari perhitungan SPSS diperoleh nilai $R^2 = 0.141$ yang berarti bahwa sebesar 14.1% variabel pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (Y) dapat dijelaskan oleh variabel tingkat profitabilitas yang terdiri dari ROA (X1) dan ROE (X2). Sedangkan sisanya 85.9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

D.HIPOTESIS

1. Uji F (Simultan)

Uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang terdiri dari ROA (X1) dan ROE (X2) berpengaruh secara nyata terhadap variabel dependen (pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*)

ANOVA^b

Df	Mean Square	F	Sig.
2	.180	2.381	.110 ^a
29	.075		
31			

a. Predictors: (Constant), ROE, ROA

Hasil Perhitungan Uji F

Langkah-langkah pengujian :

1. Hipotesis

H0 : $b_1 = b_2 = b_3 = 0$ artinya, Tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama yang signifikan antara variabel tingkat *profitabilitas* yang terdiri ROA dan ROE terhadap pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*

H1 : $b_1 \neq b_2 \neq 0$ artinya, Terdapat pengaruh secara bersama-sama yang signifikan antara variabel tingkat *profitabilitas* yang terdiri ROA dan ROE terhadap pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*.

2. Besarnya nilai :

$$F_{tabel} = F_{(df \text{ regresi}, df \text{ residual})} = F_{(k, n - k - 1)}$$

$$F_{tabel} = F_{0.05 (2, 29)} = 3.33$$

3. Daerah kritis atau daerah penolakan :

Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H0 ditolak

Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H0 diterima

4. $F_{hitung} = 2.381$

Karena $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $2.381 < 3.33$, maka H0 diterima pada tingkat signifikansi 5% sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel bebas X

(variabel ROA, dan ROE) tidak berpengaruh secara signifikan simultan terhadap variabel terikat Y (pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*).

2. Uji t (Uji Parsial)

Untuk menguji hipotesis digunakan uji t yang menunjukkan pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada tahapan ini dilakukan pengujian terhadap pengaruh variabel bebas yang terdapat pada model yang terbentuk untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) yang ada dalam model secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Uji Parsial Antara Variabel ROA (X1) Terhadap Variabel *Corporate Social Responsibility* (Y)

Untuk menguji hipotesis digunakan uji t yang menunjukkan pengaruh secara parsial variabel ROA (X1) terhadap variabel pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (Y).

Hipotesis :

1. $H_0 : b_1 = 0$: Artinya, variabel ROA (X1) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*

$H_1 : b_1 \neq 0$: Artinya, variabel ROA (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*

2. $\alpha = 0,05/2 = 0.025$ dengan df $(n - k - 1) = 29$ dimana $t_{tabel} = 2.0452$

3. $t_{hitung} = -1.937$

4. Pengujian

Berdasarkan output SPSS diperoleh t_{hitung} sebesar -1.937 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar -2.0452 maka H_0 diterima pada tingkat signifikansi 5% sehingga kesimpulannya adalah variabel ROA (X1) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*.

Uji Parsial Antara Variabel ROE (X2) Terhadap Variabel *Corporate Social Responsibility* (Y)

Untuk menguji hipotesis digunakan uji t yang menunjukkan pengaruh secara parsial variabel ROE (X2) terhadap variabel pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (Y).

Hipotesis :

1. $H_0 : b_1 = 0$: Artinya, variabel ROE (X2) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*

$H_1 : b_1 \neq 0$: Artinya, variabel ROE (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*

2. $\alpha = 0,05/2 = 0.025$ dengan df $(n - k - 1) = 29$ dimana $t_{tabel} = 2.0452$

3. $t_{hitung} = 0.481$

Berdasarkan output SPSS diperoleh t_{hitung} sebesar 0.481 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 2.0452 maka H_0 diterima pada

tingkat signifikansi 5% sehingga kesimpulannya adalah variabel ROE (X2) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*.

Hipotesis yang berbunyi ” Terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat *profitabilitas* yang terdiri ROA dan ROE terhadap pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*” adalah tidak terbukti kebenarannya. Hal ini terbukti dari hasil uji t yang diperoleh nilai t_{hitung} untuk variable ROA dan ROE sebesar -1.937 dan 0.481 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar -2.0452 dan 2.0452. Variabel tingkat *profitabilitas* yang terdiri ROA dan ROE mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility* sebesar 14,1% sedangkan sisanya sebesar 85.9% yang mempengaruhi pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility* dipengaruhi oleh faktor lain selain tingkat *profitabilitas* yang terdiri dari ROA dan ROE. Penelitian ini tidak berhasil membuktikan adanya pengaruh signifikan antara tingkat *profitabilitas* perusahaan (yang diukur dengan ROA dan ROE) terhadap pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR).

F.SIMPULAN

Dari hasil analisa pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat *profitabilitas* yang terdiri ROA dan ROE tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama yang signifikan terhadap variabel pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*. Karena nilai F_{hit} (2.381) kurang dari F_{tabel} (3.33) Sehingga hipotesis pertama yang berbunyi ” Terdapat pengaruh secara bersama-sama yang signifikan antara variabel tingkat *profitabilitas* yang terdiri ROA dan ROE terhadap pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*” adalah tidak terbukti.
2. Tingkat *profitabilitas* yang diukur dari ROA tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*. Karena t_{hit} dari ROA (-1.937) kurang dari t_{tabel} (-2.0452) Sehingga hipotesis kedua yang berbunyi” Terdapat pengaruh yang signifikan variabel ROA terhadap pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*.” adalah tidak terbukti.
3. Tingkat *profitabilitas* yang diukur dari ROE tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*. Karena t_{hit} dari ROE (0.481) kurang dari

t_{table}(2.0452) Sehingga hipotesis ketiga yang berbunyi "Terdapat pengaruh yang signifikan variabel ROE terhadap p`engungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility*." adalah tidak terbukti.

Saran

Untuk menyempurnakan hasil penelitian ini bagi peneliti lain yang ingin mengadakan penelitian yang sama, maka disarankan untuk menambah jumlah variabel bebas lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan aktivitas CSR perusahaan selain *Return on Asset* dan *Return on Equity*, misalnya *Earning Per Share (EPS)*, *Net Profit Margin (NPM)*, *Gross Profit Margin (GPM)*, tingkat *Leverage*, *size* perusahaan, *profile* perusahaan, dan lain-lain, serta perlu ditambahkan lagi jumlah sampel, periode penelitian dan penyempurnaan pada item pengungkapan sosial. Periode penelitian yang lebih panjang akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh hasil yang mendekati kondisi yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

Arimawati, Hari. 2008. *Pengaruh Tingkat Pengungkapan Kinerja Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek*. Skripsi tidak diterbitkan. Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga Surabaya

- Belkaoui. 2000. *Accounting Theory*. Fourth Edition. Business Press: Thomson Learning.
- Dahli, L. dan Siregar, V. S. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006). *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- Hendriksen, E. 1994. *Teori Akuntansi*. Jilid 2. Edisi Keempat. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nurkhin, Ahmad. 2009. *Corporate Governance dan Profitabilitas: Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di BEI)*. Skripsi diterbitkan. Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Program Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) pasal 41-42.1997*, (<http://www.google.com>, diakses tanggal 20 Maret 2012).
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) pasal 74.2007*, (<http://www.google.com>, diakses tanggal 20 Maret 2012).
- Riahi, Ahmed dan Belkaoui. 2001. *Teori Akuntansi*. Buku Satu. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutopoyudo. 2009. *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan*. Sutopoyudo's Weblog at <http://www.wordpress.com>. Diakses tanggal 5 Maret 2012.
- Tresnawati, Rina. 2008. *Pengaruh Sebelum dan Sesudah Penerapan Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus pada PT. TELKOM)*. Skripsi diterbitkan. Sarjana Fakultas Ekonomi Program Akuntansi Universitas Widyatama.

- Minatuz Zulfa, Novi. 2011. *Pengaruh Tingkat Profitabilitas Perusahaan terhadap Pengungkapan Aktivitas Corporate Social Responsibility (Studi Kasus pada Perusahaan Properti dan Kontruksi Bangunan)* Skripsi diterbitkan. Sarjana Fakultas Ekonomi Program Akuntansi Universitas Airlangga.
- Utomo, Muhammad Muslim. 2000. *Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia (Studi Perbandingan Antara Perusahaan – Perusahaan High Profile dan Low Profile). Simposium Nasional Akuntansi.*
- Yap, Raldy dan Agnes U.W. 2009. *Pengungkapan Pertanggung jawaban Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan yang Go Public di bursa Efek Indonesia (Studi Empiris atas Perusahaan High dan Low-Profile.* *Majalah Ekonomi Tahun XIX, No.1 April 2009.*
- www.idx.co.id

