

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN GO PUBLIC YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

**Nunuk Suryaningsih
Alia Ariesanti, M.Si, Ak**

ABSTRACT

Recent years many companies are increasingly recognizing the importance of implementing a program of corporate social responsibility (CSR) as part of its business strategy. Intense competition in the business world sometimes makes the company justifies any means to increase profit with lower costs, thus resulting in corporate social responsibility aside. The study was conducted to provide empirical evidence of the influence of CSR on corporate profitability.

This study uses a sample of 30 companies listed on the Stock Exchange of manufacturing the 2005-2009 period. The research data obtained from annual financial reporting issued by the company each year. Determination of the sample using purposive sampling method. Testing the hypothesis using a simple linear regression analysis.

The results show that the disclosure of CSR affect company profitability when viewed using the Return on Equity, but had no effect on Return on Assets and Return on Investment. In addition, this study provides empirical evidence that there are differences in the scope of the disclosure of Corporate Social Responsibility between the periods before and after the enactment of Law No. 40 of 2007 regarding Limited Liability Company.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), Return on Investment (ROI), Law no. 40 of 2007

PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program *corporate social responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Ketatnya persaingan di dunia usaha terkadang juga membuat perusahaan menghalalkan segala cara untuk meningkatkan profit dengan menekan biaya-biaya, sehingga mengakibatkan perusahaan mengesampingkan tanggung jawab sosialnya. Kondisi tersebut tidak sejalan dengan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice* (Tilt, 1994 dalam Haniffa et.al., 2005 dalam Yosefa dan Ludovicus, 2007).

Corporate social responsibility saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan didalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang disahkan pada 16 Agustus 2007 (<http://blog.beswandjarum.com/sigitandi/pembaharuan-hukum-perseroanberdasarkan-undang-undang-nomor-40-tahun-2007-tentang-perseroan-terbatas.html>).

Dengan berlakunya UU PT ini diharapkan dapat meningkatkan luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, yang semula hanya bersifat sukarela. Satu hal yang menarik dari undang-undang tersebut adalah diwajibkannya semua perseroan untuk melaporkan pelaksanaan CSR di laporan tahunan. Adanya pelaporan tersebut adalah merupakan pencerminan dari perlunya akuntabilitas perseroan atas pelaksanaan kegiatan CSR, sehingga

para *stakeholders* dapat menilai pelaksanaan kegiatan tersebut. Dengan adanya transparansi dan akuntabilitas, tujuan akhir yang diharapkan adalah bahwa perseroan dengan kesadaran sendiri akan melaksanakan kegiatan CSR.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan satu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka *image* perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi. Penelitian terdahulu menemukan bahwa perusahaan yang lebih banyak mengungkapkan informasi *human capital* memiliki kinerja keuangan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang sedikit mengungkapkan informasi (Kusumadilaga, 2010). Preston (1978) melaporkan bahwa *return on equity* yang lebih tinggi diperoleh oleh perusahaan yang membuat pengungkapan dibandingkan perusahaan yang tidak membuat pengungkapan. Murwaningsari (2009) menemukan bahwa CSR berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Dari CSR perusahaan memang tidak akan secara langsung mendapatkan profit, yang diharapkan dari kegiatan ini adalah benefit berupa citra perusahaan. Kontribusi CSR adalah kontribusi berkesinambungan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan yaitu bekerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat luas untuk memperbaiki kualitas hidup dengan cara-cara yang dapat diterima oleh bisnis dan juga pembangunan itu sendiri adalah nilai dasar CSR. Ada korelasi positif antara peran perusahaan dalam merealisasikan tanggung jawab sosial dan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Hal ini merupakan fenomena positif di lingkungan bisnis karena perusahaan tidak semata-mata mengejar keuntungan tetapi juga harus menjaga aspek sosial dan lingkungan (Untung, 2009).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis (1) Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan, dan (2) menganalisis adanya perbedaan luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* periode sebelum dan sesudah berlakunya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

PEMBAHASAN

Corporate social responsibility (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang berisi 4 ayat yaitu:

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang 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
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Sehingga ruang lingkup tanggung jawab sosial (CSR) antara lain: Gray et al (1987) dalam Murwaningsari (2009):

- (1) *Basic responsibility*, tanggung jawab yang muncul karena keberadaan perusahaan. Contohnya kewajiban membayar pajak, menaati hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham.
- (2) *Organizational responsibility*, tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi kepentingan *stakeholders* yaitu karyawan, konsumen, pemegang saham, dan masyarakat.
- (3) *Society responsibility*, tanggung jawab yang menjelaskan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan masyarakat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

Berdasar pada peraturan tersebut, CSR harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005), pengungkapan tanggung jawab sosial terdiri dari 90 *item* pengungkapan yang meliputi tujuh tema yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum.

Namun, dengan adanya peraturan Bapepam No. VIII.G.2 mengenai laporan tahunan dan kesesuaian *item* untuk diaplikasikan di Indonesia, maka penyesuaian dilakukan, dua belas *item* dihapuskan karena kurang sesuai untuk diaplikasikan dengan kondisi di Indonesia, namun dengan tema yang sama. Oleh karena itu, pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan terdiri dari 78 *item* pengungkapan.

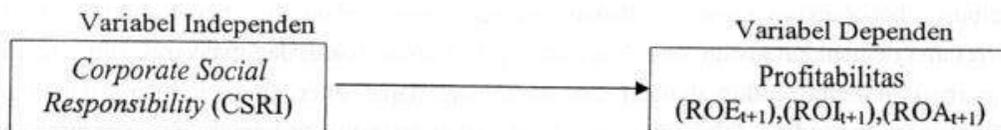
Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan satu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka *image* perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi. Dari CSR perusahaan memang tidak akan secara langsung mendapatkan profit, melainkan benefit berupa citra perusahaan. Kontribusi CSR adalah kontribusi berkesinambungan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan yaitu bekerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat luas untuk memperbaiki kualitas hidup dengan cara-cara yang dapat diterima oleh bisnis dan juga pembangunan itu sendiri adalah nilai dasar CSR. Ada korelasi positif antara peran perusahaan dalam merealisasikan tanggung jawab sosial dan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. (Untung, 2009).

Disamping kinerja keuangan yang akan dilihat investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi dalam suatu perusahaan, adanya pengungkapan *item* CSR dalam laporan keuangan diharapkan akan menjadi nilai positif yang akan menambah kepercayaan para investor, bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan (*sustainable*). Para konsumen akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan CSR dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR, mereka akan membeli produk yang sebagian laba dari produk tersebut disisihkan untuk kepentingan sosial lingkungan, misalnya untuk beasiswa, pembangunan fasilitas masyarakat dan program pelestarian lingkungan. Hal ini akan berdampak positif terhadap perusahaan, selain

membangun *image* yang baik di mata para *stakeholder* karena kepedulian perusahaan terhadap sosial lingkungan, juga akan menaikkan laba perusahaan melalui peningkatan penjualan. Dengan demikian nilai ROE akan tinggi, dan akan menarik perhatian para investor untuk berinvestasi (Rahayu, 2010).

Penelitian Freedman dan Jaggi (1982) dalam Sembiring (2003) menemukan suatu hubungan positif antara pengungkapan informasi dan kinerja keuangan. Penelitian Ulfah (2009) dengan menggunakan sampel 32 perusahaan menunjukkan bahwa pengungkapan aktivitas CSR berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menandakan bahwa aktifitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan memberikan bukti empiris memiliki dampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Menurut McGuire dkk (1998), dalam Balabanis, Philips, dan Lyall (1998) dalam Lely Silvia (2008), aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan memberikan bukti empiris dapat meningkatkan reputasi, sehingga memperbaiki hubungan dengan pihak bank, investor, maupun lembaga pemerintahan, dan dari perbaikan hubungan tersebut tercermin pada keuntungan ekonomi perusahaan. Penelitian Lely dan Silvia (2008) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROE. Penelitian Siegel dan Paul (2006) dalam Lely dan Sylvia (2008), menunjukkan bahwa aktivitas CSR memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap efisiensi, perubahan teknikal, dan skala ekonomi perusahaan. Penelitian Arimawarti (2008) memberikan bukti empiris bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan antara pengungkapan aktivitas CSR perusahaan pada profitabilitas yang digambarkan oleh ROI. Penelitian Yuniasih dan Wirakusuma (2007) memberikan bukti empiris bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, CSR sebagai pemoderasi berpengaruh positif terhadap ROA dan nilai perusahaan. Penelitian Laksmi (2010) memberikan bukti empiris bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROE dan ROA perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H₁= Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap ROA perusahaan.
- H₂= Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap ROE perusahaan.
- H₃= Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap ROI perusahaan.



Gambar 1
Model penelitian CSR dengan profitabilitas perusahaan

Pengungkapan *corporate social responsibility* sebelum diberlakukannya undang-undang PT Nomor 40 sangat minim, hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti (2003) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) pada perusahaan yang terdaftar di BEJ sebelum tanggal 31 Desember 2000 yang mengatakan bahwa tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial pada perusahaan yang terdaftar di BEJ ternyata sangat rendah. Undang-undang Nomor 40 tentang Perseroan Terbatas disahkan pada tanggal 16 Agustus 2007 yang mengatur kewajiban bagi setiap Perseroan Terbatas untuk melaksanakan

corporate social responsibility. Dengan berlakunya UU No. 40 tentang Perseroan terbatas diharapkan mampu meningkatkan luas pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan yang semula hanya bersifat sukarela. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Terdapat perbedaan luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* periode sebelum dan sesudah berlakunya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

METODA PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metoda *purposive sampling*, yaitu tipe pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan kriteria tertentu. Kriteria pemilihan sampel yang akan digunakan yaitu:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI untuk tahun 2005-2009.
2. Menerbitkan laporan keuangan tahunan secara lengkap periode 31 Desember 2005-2009 secara berturut-turut, baik secara fisik maupun melalui *website*. Periode penelitian berturut-turut karena dalam penelitian ini menggunakan studi *time series*, yang lebih menekankan pada data penelitian berupa data rentetan waktu. Dalam penelitian ini juga ingin melihat pertumbuhan luas pengungkapan perusahaan, semakin luas atau sebaliknya sehingga perlu dilihat konsistensinya.
3. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Tabel 1 menjelaskan mengenai pemilihan sampel. Jumlah sampel penelitian ini berjumlah 30 perusahaan.

Tabel 1
Hasil Penentuan Sampel

Kriteria Sampel	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2005-2009	148
Perusahaan yang tidak berturut-turut menerbitkan laporan keuangan tahunan	(90)
Tahun fiskal tidak berakhir 31 Desember	(5)
Tidak memiliki data lengkap terkait dengan variabel yang digunakan	(23)
Jumlah sampel	30

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara membuat suatu daftar (*checklist*) pengungkapan sosial. Selain itu juga dengan melakukan studi dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data yang dibuat dengan membuat salinan arsip-arsip dan catatan dari pojok Bursa Efek Indonesia.

Definisi operasional dan pengukuran variabel

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* dan variabel dependennya adalah kinerja perusahaan.

Variabel Independen: *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility diukur dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility index*. Penghitungan CSRI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap *item* CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa dkk, (2005), dalam Sayekti dan Wondabio (2007). Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRI menurut Haniffa dkk (2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

CSRI : *Corporate Social Responsibility Index* Perusahaan

N_j : Jumlah item pengungkapan CSR yang standar

X_{ij} : Jumlah item CSR yang diungkapkan oleh perusahaan

Variabel Dependen

a. *Return on equity* (ROE), mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan modal tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dilihat dari sudut pandang pemegang saham (Mamduh, 2005: 42). Rumus ROE menurut Martono (2002: 61) sebagai berikut:

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

Angka yang tinggi untuk ROE menunjukkan tingkat profitabilitas yang tinggi. Rasio ROE tidak memperhitungkan dividen maupun *capital gain* untuk pemegang saham. Karena itu rasio ini bukan pengukur return (tingkat pengembalian) yang diterima pemegang saham yang sebenarnya (Mamduh, 2005: 43).

b. *Return on investment* (ROI), rasio untuk mengukur kemampuan manajemen dalam menghasilkan pendapatan dari pengelolaan aset. ROI membandingkan laba setelah pajak dengan total aktiva. Rumus ROI menurut Martono (2002: 60):

$$ROI = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Return on investment paling sering digunakan sebagai tolak ukur kinerja karena analisis ini mampu menggambarkan proporsi atas profitabilitas yang diperoleh perusahaan berkaitan dengan investasi yang dilakukan (Nustini, 2003). ROI menunjukkan banyaknya laba bersih yang bisa diperoleh dari seluruh kekayaan yang dimiliki perusahaan, sehingga semakin tinggi rasio ini berarti kinerja perusahaan semakin baik (Murtini dan Anggraeni, 2006). Semakin tinggi ROI berarti kinerja keuangan semakin baik dan laba yang diperoleh perusahaan juga semakin tinggi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor.

- c. *Return on Asset/Rentabilitas Ekonomi*, untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba usaha dengan aktiva yang digunakan untuk memperoleh laba tersebut. Rumus RE Menurut Martono-(2002: 61).

$$RE = \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Total Aset}}$$

Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan asset, yang berarti semakin baik juga.

Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data untuk pengujian hipotesis 1, 2 dan 3 pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana. Untuk memastikan bahwa di dalam model regresi tidak terjadi penyimpangan, maka perlu dilakukan uji asumsi klasi yang meliputi uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan normalitas data (Ghozali, 2006). Persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

- Model I : $ROA_{it+1} = \beta_0 + \beta_1 CSRI_{it} + \epsilon_{it}$
 Model II : $ROI_{it+1} = \beta_0 + \beta_1 CSRI_{it} + \epsilon_{it}$
 Model III : $ROE_{it+1} = \beta_0 + \beta_1 CSRI_{it} + \epsilon_{it}$

a. Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2006: 125) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu uji statistik yang dapat digunakan, untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah uji Glejser. Uji Glejser mengusulkan untuk meregres nilai residual terhadap variabel independen (Gujarati, 2003 dalam Ghozali, 2006). Hasil uji glejser disajikan pada tabel 2.

Berdasarkan uji glejser menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dibandingkan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas atau ketiga model terjadi homoskedastisitas.

Tabel 2
Hasil uji Heteroskedastisitas

Model	T	Signifikansi	Hasil
I	-1,744	0,083	Homoskedastisitas
II	-0,750	0,455	Homoskedastisitas
III	-1,006	0,316	Homoskedastisitas

b. Autokorelasi

Menurut Ghozali (2006: 99) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara residual (kesalahan pengganggu) pada periode t dengan residual pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk menentukan autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson.

Tabel 3
Hasil uji Autokorelasi

Model	Nilai D-W	Hasil
I	1,074	Autokorelasi positif
II	1,129	Autokorelasi positif
III	1,466	Autokorelasi positif

Hasil uji Durbin Watson untuk ketiga model menunjukkan nilai lebih kecil dibandingkan nilai dl (1,720) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat autokorelasi positif.

c. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2006: 147) uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang nilai residual berdistribusi normal.

Tabel 4
Hasil uji normalitas residual

Model	Nilai K-S	Signifikansi	Hasil
I	1,558	0,016	Tidak berdistribusi normal
II	1,529	0,019	Tidak berdistribusi normal
III	1,868	0,002	Tidak berdistribusi normal

Berdasar uji *one-sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa residual tidak berdistribusi normal.

Berhubung pada terjadi autokorelasi positif dan residual tidak berdistribusi normal, maka perlu dilakukan perlakuan tambahan untuk memperbaiki data. Untuk memperbaiki autokorelasi positif dilakukan transformasi dengan rumus theil nagar (Ghozali, 2006: 117). Sedangkan untuk residual yang tidak berdistribusi normal, maka dilakukan transformasi logaritma natural. Setelah dilakukan transformasi, hasil pengujian asumsi klasik tampak pada tabel 5, 6, dan 7.

Tabel 5
Hasil uji Heteroskedastisitas setelah transformasi

Model	T	Signifikansi	Hasil
I	-1,556	0,122	Homoskedastisitas
II	-0,549	0,584	Homoskedastisitas
III	-1,038	0,302	Homoskedastisitas

Berdasarkan uji glejser setelah transformasi data menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dibandingkan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas atau ketiga model terjadi homoskedastisitas.

Tabel 6
Hasil uji Autokorelasi setelah transformasi

Model	Nilai D-W	Hasil
I	2,035	Tidak terjadi autokorelasi
II	1,836	Tidak terjadi autokorelasi
III	1,760	Tidak terjadi autokorelasi

Hasil uji Durbin Watson untuk ketiga model setelah transformasi data menunjukkan nilai lebih besar dibandingkan nilai dl (1,720) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 7
Hasil uji normalitas residual setelah transformasi

Model	Nilai K-S	Signifikansi	Hasil
I	0,743	0,639	Berdistribusi normal
II	1,266	0,081	Berdistribusi normal
III	0,872	0,433	Berdistribusi normal

Berdasar uji *one-sample Kolmogorov-Smirnov* setelah transformasi data menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

Tabel 8
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Persamaan	t Hitung	Signifikansi	Penerimaan Ha
1	$LN_ROA@ = -1,200 + 0,341LN_CSRItA$	1,902	0,060	Ditolak
2	$LN_ROE@ = -0,574 + 0,627LN_CSRItE$	3,928	0,000	Diterima
3	$LN_ROI@ = -1,304 + 0,243LN_CSRItH$	1,441	0,152	Ditolak

a. Hasil Uji Hipotesis 1(H₁)

Berdasar uji regresi sederhana untuk model I, menunjukkan bahwa besarnya nilai *adjusted R Square* sebesar 0,021. Nilai ini menerangkan besarnya peran atau kontribusi variabel independen LN_CSRItA yang mampu menjelaskan variabel LN_ROA@ sebesar 2,1%. Nilai *Standard Error of the Estimate* (SEE) yaitu sebesar 0,831, membuat model regresi ini tepat digunakan dalam memprediksi variabel dependen. Nilai t (t-hitung) pada

model 1 menunjukkan nilai sebesar 1,902 dengan signifikansi 0,060. Ini berarti tidak terdapat pengaruh LN_CSRItA terhadap LN_ROA@.

Dari hasil pengujian diketahui bahwa pengungkapan CSR tidak mempengaruhi ROA perusahaan, hasil ini mendukung penelitian Rahayu (2010). Hal ini memberikan bukti empiris bahwa para konsumen tidak mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan CSR, mereka tidak melihat produk yang sebagian laba dari produk tersebut disisihkan untuk kepentingan sosial lingkungan, misalnya untuk beasiswa, pembangunan fasilitas masyarakat dan program pelestarian lingkungan.

b. Hasil Uji Hipotesis 2 (H₂)

Berdasar uji regresi sederhana untuk model II, menunjukkan bahwa besarnya nilai *adjusted R Square* sebesar 0,103%. Nilai ini menerangkan besarnya peran atau kontribusi variabel independen LN_CSRItE yang mampu menjelaskan variabel LN_ROE@ sebesar 10,3%. Nilai *Standard Error of the Estimate* (SEE) yaitu sebesar 0,767 membuat model regresi ini tepat digunakan dalam memprediksi variabel dependen. Nilai t (t-hitung) pada model 2 menunjukkan nilai sebesar 3,928 dengan signifikansi 0,000. Ini berarti terdapat pengaruh LN_CSRItE terhadap LN_ROE@.

Dari hasil pengujian diketahui bahwa pengungkapan CSR mempengaruhi ROE perusahaan. Hasil ini mendukung penelitian Lely dan Silvia (2008) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROE. Hal ini memberikan bukti empiris disamping kinerja keuangan yang akan dilihat investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi dalam suatu perusahaan, adanya pengungkapan *item* CSR dalam laporan keuangan diharapkan akan menjadi nilai positif yang akan menambah kepercayaan para investor, bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan (*sustainable*). Para konsumen akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan CSR dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR, mereka akan membeli produk yang sebagian laba dari produk tersebut disisihkan untuk kepentingan sosial lingkungan, misalnya untuk beasiswa, pembangunan fasilitas masyarakat dan program pelestarian lingkungan. Hal ini akan berdampak positif terhadap perusahaan, selain membangun *image* yang baik di mata para *stakeholder* karena kepedulian perusahaan terhadap sosial lingkungan, juga akan menaikkan laba perusahaan melalui peningkatan penjualan. Dengan demikian nilai ROE akan tinggi, dan akan menarik perhatian para investor untuk berinvestasi.

c. Hasil Uji Hipotesis 3 (H₃)

Berdasar uji regresi sederhana untuk model III, menunjukkan bahwa besarnya nilai *adjusted R Square* sebesar 0,009%. Nilai ini menerangkan besarnya peran atau kontribusi variabel independen LN_CSRItI yang mampu menjelaskan variabel LN_ROI@ sebesar 0,9%. Nilai *Standard Error of the Estimate* (SEE) yaitu sebesar 0,783, membuat model regresi ini tepat digunakan dalam memprediksi variabel dependen. Nilai t (t-hitung) pada model 3 menunjukkan nilai sebesar 1,441 dengan signifikansi 0,152. Ini berarti tidak terdapat pengaruh LN_CSRItI terhadap LN_ROI@.

Dari hasil pengujian diketahui bahwa pengungkapan CSR tidak mempengaruhi ROI perusahaan. Hasil ini mendukung penelitian Susanti (2010), menunjukkan bahwa

pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROI. Hal ini memberikan bukti empiris bahwa para konsumen tidak mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan CSR, mereka tidak melihat produk yang sebagian laba dari produk tersebut disisihkan untuk kepentingan sosial lingkungan, misalnya untuk beasiswa, pembangunan fasilitas masyarakat dan program pelestarian lingkungan.

d. Hasil Uji Hipotesis 4 (H₄)

Hipotesis keempat dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan uji beda berpasangan. Hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah terdapat perbedaan luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* periode sebelum dan sesudah berlakunya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Uji hipotesis ini akan diterima jika signifikan pada alpha 0,05.

Untuk menentukan alat uji beda yang akan digunakan, maka perlu dilakukan uji normalitas data. Uji normalitas data adalah alat analisis untuk mengetahui suatu data berasal dari populasi yang sama. Jika data berdistribusi normal maka statistik yang digunakan adalah parametrik (uji t sampel berpasangan) dan jika data berdistribusi tidak normal maka data akan diolah menggunakan statistik nonparametrik (uji peringkat bertanda Wilcoxon) (Kurniawati, 2006).

Pengujian normalitas dilakukan dengan uji *one sample kolmogorov smirnov* dengan tingkat signifikan 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi *kolmogorov smirnov* > 0,05, tetapi apabila nilai signifikansi *kolmogorov smirnov* < 0,05, maka data berdistribusi tidak normal.

Tabel 9
Hasil Pengujian Normalitas Data

Variabel	SEBELUM	SESUDAH
N	30	30
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0,632	0,581
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,819	0,888

Hasil uji normalitas data sebelum dan sesudah adanya UU PT pada tabel 9 menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk data sebelum berlaku UU PT sebesar 0,819 dan data setelah berlaku UU PT sebesar 0,888. Ini berarti kedua data berdistribusi normal. Jadi, untuk pengujian hipotesis 4 menggunakan uji t berpasangan (*paired sample t test*).

Tabel 10
Hasil uji beda berpasangan

	Variabel	T	Sig. (2-tailed)
Pair 1	SEBELUM – SESUDAH	-6,952	0,000

Hasil uji t sampel berpasangan diperoleh nilai t-hitung sebesar -6,952 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi untuk luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 lebih kecil

dari 0,05 atau 5%, maka H_4 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur kewajiban perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pelaksanaan undang-undang tersebut terbukti cukup efektif dengan meningkatnya luas pengungkapan yang dilakukan perusahaan yang semula hanya bersifat sukarela menjadi wajib bagi perusahaan.

Dari 30 perusahaan yang menjadi sampel, besarnya peningkatan pengungkapan rata-rata CSR periode sebelum dan sesudah UU PT sebesar 11,03 %. Peningkatan paling besar yaitu pada perusahaan Ultra Jaya Milk sebesar 36,54%. Sebaliknya Polysindo Eka Perkasa mengalami penurunan sebesar 1,92%.

KESIMPULAN

1. Variabel CSR mempengaruhi profitabilitas perusahaan apabila diukur dengan menggunakan *Return on Equity*, sedangkan apabila menggunakan *Return on Asset* dan *Return on Investment* variabel CSR tidak mempengaruhi profitabilitas perusahaan.
2. Terdapat perbedaan luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* periode sebelum dan sesudah berlakunya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.

1. Penilaian *item* pengungkapan CSR bersifat subyektif, karena tidak adanya suatu ketentuan buku yang dapat dijadikan standar dan acuan.
2. Periode penelitian terlalu pendek.

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

1. Perlu mempertimbangkan pembobotan dalam pengukuran tingkat pengungkapan CSR dalam laporan keuangan tahunan dengan melibatkan beberapa peneliti sehingga dapat menyamakan persepsi dan mengurangi masalah subyektivitas dalam penilaian terhadap tingkat pengungkapan CSR.
2. Memperpanjang periode penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Amilia, Kikky Eka. 2009. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja dan Nilai Perusahaan", *Skripsi S1*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi IX*

- Fajar, Mukti. 2010. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jiasti, Fiska Devi. 2010. "Analisis Pengaruh Current Ratio, Quick Ratio, Receivable Turn Over, dan Cash Turn Over terhadap Laba Usaha (Koperasi Kopersemar Periode Tahun 2007-2009)". Skripsi S1, Universitas Diponegoro.
- Junaedi, Dedi. 2005. Dampak Tingkat Pengungkapan Informasi Perusahaan terhadap Volume Perdagangan dan Return Saham: Penelitian Empiris terhadap Perusahaan-perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 2 (2) : 1-28
- Kurniawati, Indah. 2006. *Modul Pengolahan Data Elektronik*, Yogyakarta. Universitas Ahmad Dahlan.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating", *Skripsi S1*, Universitas Diponegoro.
- Lely dan Silvy. 2008. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di BEI pada Tahun 2005 dan 2006)", *Simposium Nasional Akuntansi XI*, Pontianak.
- Martono dan Agus Harjito. 2007. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- M.Hanafi, Mamduh. 2005. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: UPP STIE – YKPN.
- Murtini, U dan Anggraini, D.S. 2006. "Pengaruh Pangsa Pasar, Rasio *Leverage* dan Rasio Intensitas Modal terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur yang *Go Public* di Indonesia", *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, Februari, hal: 27-28.
- Murwaningsari, Etty. 2009. "Hubungan *Corporate Governance*, *Corporate Sosial Responsibility* dan *Corporate Financial Performance* dalam Satu Continuum". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol.11, No.1, Mei 2009:30-41
- Nustini, Y. 2008. "Analisis Dupont untuk Mengukur Competitive Advantage Perusahaan Pengaplikasi Teknologi Informasi", *Kajian Bisnis dan Manajemen*, Vol 6. No. 1: 31-46.
- Rahayu, Sri. 2010. "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Pemoderasi", *Skripsi S1*, Universitas Diponegoro.

- Sayekti, Yosefa dan Ludovicus S. W. 2007. "Pengaruh CSR *Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient*", *Simposium Nasional Akuntansi X*, Padang
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi 7*, Solo 15-16 Desember 2005.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2003, "Kinerja Keuangan, *Political Visibility*, Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanngung Jawab Sosial Perusahaan". *Simposium Nasional Akuntansi VI*, Surabaya.
- Suharyadi dan Purwanto. 2004. *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tendi, Haruman. 2008, "Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Keputusan Keuangan dan Nilai Perusahaan", *Simposium Nasional Akuntansi XI*, Pontianak.
- Ulfah, Maria. 2009. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan", *Skripsi SI*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Untung, Hendrik Budi. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Waryanto. 2010. *Pengaruh Karakteristik GCG Terhadap Luas Pengungkapan CSR di Indonesia*, *Skripsi SI*, Universitas Diponegoro.
- Yuniasih, Ni Wayan dan Made Gede Wirakusuma. 2009. "Pengaruh Kinerja Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR dan GCG sebagai Variabel pemoderasi". *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Udayana*. Vol.4, No.1, Januari 2009: 2-3.
- <http://blog.beswandjarum.com/sigitandi/pembaharuan-hukum-perseroanberdasarkan-undang-undang-nomor-40-tahun-2007-tentang-perseroan-terbatas.html>.