

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profit Perusahaan *Consumer Goods* di Indonesia Tahun 2010 - 2012

Grace Christy Taruli Sitorus dan Yenni Mangoting

Akuntansi Pajak Universitas Kristen Petra

Email: *gracechristy1992@gmail.com*

ABSTRAK

Isu mengenai Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah berkembang beberapa tahun terakhir ini dimana perusahaan diwajibkan untuk melaporkan aktivitas sosialnya di dalam bentuk laporan tahunan atau *sustainability reporting*. Sehingga diharapkan adanya bentuk transparansi mengenai kinerja operasi perusahaan agar perusahaan tidak hanya memperhatikan profit semata namun memperhatikan kondisi lingkungan dan memberikan kontribusi untuk masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap profit perusahaan. Sampel penelitian adalah 60 perusahaan *Consumer Goods* pada tahun 2010 – 2012 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel independent adalah pengungkapan dari kinerja ekonomi, lingkungan, hak asasi manusia, tenaga kerja, kemasyarakatan dan tanggung jawab produk yang diukur dengan menggunakan indeks pengungkapan menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) yang digunakan sebagai dasar perhitungan nilai CSR. Variabel dependent adalah Net Profit Margin (NPM) sebagai ukuran profit perusahaan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang dikumpulkan dari laporan tahunan yang berasal dari Bursa Efek Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan kinerja lingkungan dan pengungkapan kinerja kemasyarakatan berpengaruh positif terhadap profit (NPM) perusahaan *consumer goods* di Indonesia. Sedangkan pengungkapan kinerja tenaga kerja berpengaruh negatif terhadap profit (NPM) perusahaan *consumer goods* di Indonesia.

Kata kunci: CSR, *net profit margin*, laporan tahunan, GRI-indeks

ABSTRACT

The issue of Corporate Social Responsibility Disclosure has grown in the last few years where companies are required to report their social activities in the form of annual reports or sustainability reporting. So, it is expected the existence of transparency regarding the company's operating performance so the company to not only concerning to profit but also regarding to environmental conditions and contributing the society

The purpose of this study was to know the affect of corporate social responsibility disclosure against the company's profit. The sample were 60 Consumer Goods companies listed in Indonesia Stock Exchange during the period of 2010-2012. The independent variables were the disclosure of economic performance, environmental, human rights, labor, society and product responsibility. The independent variables measured using by the disclosure index according to the Global Reporting Initiative (GRI) that used as the basis for calculating the value of Corporate Social Responsibility. The dependent variable was the net profit margin (NPM) as a measure of the company profitability. This study used secondary data collected from the annual report of the Indonesia Stock Exchange.

The results showed that the disclosure of environmental performance and social performance affected positively on the profit (NPM) consumer goods on company. Meanwhile the disclosure of labor affected negatively on the profit (NPM) of consumer goods company.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), net profit margin, annual reports, GRI-Index*

PENDAHULUAN

Dunia bisnis semakin berkembang dengan pesat dimana perusahaan dianggap sebagai lembaga yang dapat memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat. Di dalam menjalankan usaha bisnis, seringkali perusahaan kurang memperhatikan lingkungan dan komunitas sosial dengan mengeksploitasi sumber daya secara berlebihan. Oleh karena itu semakin banyak pula terjadi kerusakan lingkungan dan masalah sosial yang terjadi di dalam masyarakat. Dalam mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan maka berbagai perusahaan mengembangkan apa yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berarti komitmen berkelanjutan dari bisnis untuk berperilaku dan berkontribusi bagi pembangunan ekonomi, sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawannya, serta masyarakat lokal ataupun masyarakat luas. Tanggung jawab sosial dari perusahaan merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara semua perusahaan dengan semua stakeholder termasuk didalamnya adalah pelanggan atau customers, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga competitor (Rimba, 2010). CSR berhubungan erat dengan ilmu akuntansi yang berfungsi sebagai alat dalam mengungkapkan aktivitas sosialnya secara transparan dalam bentuk laporan keuangan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dahlia dan Siregar (2008) disebutkan bahwa laporan tahunan perusahaan akan menjadi salah satu pedoman bagi para investor untuk melakukan investasi di suatu perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam laporan tahunan ataupun di dalam *sustainability reporting* menunjukkan tingkat transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Di dalam *sustainability reporting*, yang mengacu pada *Global Reporting Initiative* (2002) mengemukakan ada tiga fokus pengungkapan CSR yaitu indikator ekonomi, lingkungan dan *social*. Gagasan mengenai CSR menjadi topik yang menarik dalam beberapa tahun ini. Banyak perusahaan berlomba lomba dalam mengimplementasikan CSR.

Adapun beberapa penelitian tentang pengungkapan CSR telah banyak dilakukan dan menunjukkan hasil yang berbeda beda. Beberapa penelitian memperlihatkan adanya pengaruh yang positif antara pengungkapan CSR dan profit perusahaan. Beberapa penelitian memperlihatkan adanya pengaruh yang positif antara pengungkapan CSR dan profit perusahaan. Mahoney (2007) mencari hubungan CSR dengan kinerja perusahaan yang meliputi kinerja

keuangan dan kinerja ekonomi dilakukan dengan subyek penelitian adalah hubungan antara kinerja sosial dan lingkungan perusahaan dengan kinerja keuangan (ROE dan ROA) dengan variabel kontrol debt to assets ratio dan assets. Hasilnya menunjukkan hubungan positif. Sarumpaet (2005) memberikan bukti empiris tidak ada hubungan yang signifikan antara kinerja lingkungan dan kinerja keuangan perusahaan yang diukur dari ROA dan ROE, akan tetapi ukuran perusahaan berhubungan secara signifikan terhadap kinerja lingkungan.

Adanya hasil penelitian-penelitian yang tidak seragam dalam mengukur pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profit perusahaan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali. Adapun penelitian ini pengungkapan CSR sebagai variabel independen dengan menggunakan standar pengungkapan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*) di dalam mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan untuk sektor industri, penelitian ini menggunakan sektor industri *consumer goods* dengan alasan dikarenakan perusahaan *consumer goods* adalah sektor perusahaan yang paling dekat dengan kehidupan sehari-hari dalam masyarakat dan lingkungan dimana tanggung jawab produk kepada masyarakat menjadi hal yang penting dan limbah pabrik merupakan masalah utama perusahaan yang terkait dengan lingkungan.

Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur melalui *Net Profit Margin* (NPM) dimana *Net Profit Margin* merupakan rasio yang mengukur rupiah laba yang dihasilkan oleh setiap satu rupiah penjualan. Rasio ini memberi gambaran laba untuk para pemegang saham sebagai persentase dari penjualan dimana penjualan suatu produk adalah hal yang penting bagi sumber pendapatan perusahaan *consumer goods*.

LANDASAN TEORI

Teori Stakeholder

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukan hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholder nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut (Ghozali & Chariri, 2007). Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya tidak hanya sebuah tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (stakeholder),

namun lebih dari itu bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan stakeholder, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan (Untung, 2008 dalam Waryanti, 2009). Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan.

Oleh karena itu kekuatan stakeholder ditentukan oleh besar kecilnya power yang dimiliki stakeholder (Ghozali & Chariri, 2007). Kekuatan tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Deegan, 2000 dalam Ghozali, Chariri, 2007).

Teori Legitimasi

Teori Legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat (Ulman, 1982 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). "Pengaruh masyarakat dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber daya lainnya. Oleh karena itu perusahaan akan menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi sosial untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat" (Gray et al., 1995 dalam Badjuri, 2011). (Ghozali & Chariri, 2007) menjelaskan bahwa hal yang melandasi teori legitimasi adalah kontrak sosial dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Teori legitimasi dalam dunia bisnis dapat berupa pengungkapan pelaporan kegiatan *Corporate Social Responsibility* di dalam laporan tahunan atau dalam bentuk *sustainable reporting*. Dengan adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang baik, diharapkan hubungan antara masyarakat dan perusahaan menjadi harmonis sehingga perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya untuk mencapai keuntungan. Pengungkapan Informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan Parker, 1990 dalam Sayekti, Wondabio, 2007).

Hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan Profitabilitas

Istilah CSR dikenal sejak tahun 1970an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1997) karya John Elkington. Menurut Elkington, CSR dibagi ke dalam tiga fokus yang dikenal dengan profit, planet dan people. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi saja melainkan pula harus peduli terhadap kelestarian lingkungan (planet) dan kelangsungan hidup masyarakat (people). Sedangkan menurut The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Teori Stakeholder dapat digunakan untuk menemukan keterkaitan antara CSR dengan kinerja perusahaan yang dapat dilihat dalam profit. Dalam teori stakeholder dijelaskan bahwa stakeholder pada dasarnya memiliki kemampuan untuk dapat mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Kemampuan tersebut antara lain membatasi pemakaian sumber ekonomi (modal dan tenaga kerja), serta mempengaruhi konsumsi barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan (Deegan, 2000 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Oleh karena itu, ketika para stakeholder perusahaan mulai mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan memuaskan keinginan stakeholdernya (Ullman 1985 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Salah satu cara reaksi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memuaskan stakeholdernya adalah dengan memberikan kinerja keuangan yang baik dari perusahaan. Salah satu tujuan dari penilaian kinerja keuangan adalah untuk mengetahui tingkat profitabilitas perusahaan, yaitu seberapa besar perusahaan telah menghasilkan laba selama periode tertentu. Dengan melakukan kegiatan CSR, perusahaan dapat meningkatkan citra / reputasi nya sehingga masyarakat akan mengenal baik perusahaan itu. Selain itu perusahaan juga sekaligus dapat memperkuat brand produk nya kepada konsumen dengan cara mengkomunikasikan produk tersebut perusahaan agar dikenal oleh masyarakat sehingga

diharapkan penjualan meningkat dan profit meningkat.

Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan (*Disclosure in Annual Report*)

Menurut GRI transparansi mengenai keberlanjutan dari aktivitas organisasi menjadi perhatian penting dari berbagai pemangku kepentingan termasuk korporasi, pekerja, lembaga swadaya masyarakat, investor, akuntan dll. Selain itu juga menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) dalam konten analisis terkandung tema tentang pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang terdiri dari :

1. Ekonomi : Tema ini berisi Sembilan item yang mencakup laba perusahaan yang dibagikan untuk bonus pemegang saham, kompensasi karyawan, pemerintah, membiayai kegiatan akibat perubahan iklim serta aktivitas terkait ekonomi lainnya.
2. Lingkungan Hidup : Tema ini berisi tiga puluh item yang meliputi aspek lingkungan dari proses produksi yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber daya alam.
3. Ketenagakerjaan : tema ini berisi empat belas item yang meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut. Aktivitas tersebut meliputi : rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tuntutan, mutasi dan promosi dan lainnya
4. Hak Asasi Manusia : Tema ini berisi sembilan item yang mencakup berapa besar jumlah investasi yang melibatkan perjanjian terkait hak asasi manusia, pemasok dan kontraktor yang menjunjung tinggi hak asasi, kejadian yang melibatkan kecelakaan atau kriminal terhadap karyawan di bawah umur dan aktivitas lainnya.
5. Masyarakat : Tema ini berisi delapan item yang mencakup aktivitas masyarakat yang diikuti oleh perusahaan misalnya aktivitas terkait dengan kesehatan, pendidikan, dan seni serta pengungkapan aktivitas masyarakat lainnya.
6. Tanggung jawab atas produk : Tema ini berisi Sembilan item yang melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa antara lain kegunaan durability, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, kejelasan/kelengkapan isi pada kemasan dan lainnya.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan indikator dari hasil penilaian kinerja operasi perusahaan.

Profitabilitas merupakan kriteria yang dipakai untuk menilai sukses atau tidaknya suatu perusahaan. Profitabilitas juga merupakan suatu alat yang menggambarkan hubungan antara laba dan jumlah modal yang diinvestasikan. Profitabilitas sangat penting bagi semua anggota perusahaan. Bagi investor ekuitas, laba merupakan satu satunya faktor penentu karena berkaitan dengan penanaman modal kembali

***Net Profit Margin* (NPM)**

Net Profit Margin (NPM) adalah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan. Semakin besar NPM, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Rasio ini menunjukkan berapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini, maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi.

Hipotesis Penelitian

Pengaruh pengungkapan variabel ekonomi terhadap profit perusahaan

Indikator ekonomi keberlanjutan menyangkut dampak organisasi pada kondisi ekonomi stakeholder dan pada sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional, dan global. Pengungkapan pendekatan manajemen dapat mencakup tiga aspek ekonomi yaitu indikator ekonomi, keberadaan pasar, dan dampak ekonomi tidak langsung. Perolehan dan distribusi ekonomi langsung meliputi pendapatan, biaya operasi, donasi, investasi dari stakeholder dapat berpengaruh pada profit perusahaan. Kebijakan pasar yang efektif, pemasok lokal operasi pasar yang menumbuhkan ekonomi dapat berdampak pada profit perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

H1: Pengungkapan variabel ekonomi berpengaruh positif terhadap profit perusahaan

Pengaruh pengungkapan variabel lingkungan terhadap profit perusahaan

Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih dibandingkan dengan perusahaan dengan *environmental performance* lebih buruk. Pflieger, Juli, Matthias, Thilo, Peter (2005) mengemukakan bahwa usaha pelestarian lingkungan akan

mendatangkan sejumlah keuntungan, diantaranya adalah ketertarikan pemegang saham dan stakeholders terhadap keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab terhadap masyarakat.

H2: Pengungkapan variabel lingkungan berpengaruh positif terhadap profit perusahaan

Pengaruh pengungkapan variabel tenaga kerja terhadap profit perusahaan

Karyawan merupakan aset penting yang dimiliki perusahaan. Kualitas sumber daya manusia atau tenaga kerja akan menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Jika kualitas suatu tenaga kerja semakin baik, maka akan dapat meningkatkan produktivitas karyawan. Dengan meningkatnya produktivitas tenaga kerja ini dan itu juga akan mendorong motivasi para pekerja untuk meningkatkan kinerja menjadi lebih baik lagi yang berujung akan meningkatkan profit perusahaan.

H3: Pengungkapan variabel tenaga kerja berpengaruh positif terhadap profit perusahaan

Pengaruh pengungkapan variabel hak asasi manusia terhadap profit perusahaan

Pentingnya implementasi pelaksanaan hak asasi manusia di tengah tengah karyawan perusahaan berguna agar terciptanya hak hak sosial yang adil, jauh dari diskriminasi, kebebasan untuk berserikat dan berunding pekerja demi pertumbuhan kelangsungan hidup perusahaan. Penerapan hak asasi manusia dalam praktek bisnis disinyalir dapat meningkatkan produktivitas perusahaan, tercipta hubungan yang baik antara employer dan employee maupun antara pemasok dan kontraktor serta membangun kepercayaan antara para pemegang saham. Dari beberapa manfaat tersebut diharapkan akan menumbuhkan keuntungan perusahaan, meningkatkan brand image dan meningkatkan pertumbuhan perusahaan

H4: Pengungkapan variabel hak asasi manusia berpengaruh positif terhadap profit perusahaan

Pengaruh pengungkapan variabel kemasyarakatan terhadap profit perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawabnya terhadap masyarakat di luar tanggung jawab ekonomis. Perusahaan dan masyarakat yang bermukim di sekitarnya merupakan dua komponen yang saling mempengaruhi. Aktivitas yang dilakukan perusahaan akan memiliki dampak terhadap masyarakat di sekitarnya. Oleh karena itu perusahaan harus dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap masyarakat. Banyak

perusahaan modern sekarang membuat sebuah program tentang kemasyarakatan guna memperkenalkan produk tersebut sebagai produk yang peduli terhadap masyarakat. Selain membentuk brand image, perusahaan yang melakukan program masyarakat akan membuat reputasi perusahaan semakin baik. Contoh PT Coca Cola melalui Coca Cola Foundation melakukan serangkaian aktivitas yang berfokus pada bidang pendidikan, lingkungan, pengembangan UKM, dan bantuan infrastruktur masyarakat. Oleh karena itu dengan program tersebut, PT Coca Cola akan mempunyai reputasi yang baik sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan profit perusahaan.

H5: Pengungkapan variabel hak asasi manusia berpengaruh positif terhadap profit perusahaan

Pengaruh pengungkapan variabel tanggung jawab produk terhadap profit perusahaan

Produk menjadi sesuatu yang utama untuk mencapai kesuksesan perusahaan. Tanggung jawab atas Produk berkaitan dengan yang upaya perusahaan dalam menghasilkan produk yang unggul baik segi kemasan, keamanan dan kualitas bahan. Jika produk dinilai tidak dapat memberikan manfaat bagi pelanggan dan yang lebih buruknya dapat berdampak negatif pada kesehatan pelanggan akan menjadi suatu masalah yang besar bagi perusahaan. Sebuah survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Oleh karena itu faktor yang menentukan keberhasilan suatu produk ialah kepuasan pelanggan akan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Cronin dan Taylor (1994) membuktikan bahwa kepuasan konsumen ditentukan oleh penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Cronin dan Taylor (1994) menemukan adanya hubungan yang kuat dan positif antara kualitas layanan keseluruhan dan kepuasan. Jika perusahaan berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan melalui produk yang berkualitas maka produk tersebut akan semakin disukai oleh pelanggan yang pada akhirnya meningkatkan penjualan dan profit perusahaan.

H6: Pengungkapan variabel tanggung jawab produk berpengaruh positif terhadap profit perusahaan

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap profit perusahaan. Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif.

Penelitian ini menganalisa hubungan antara dependent variable dan independent variable. Definisi masing-masing variable adalah sebagai berikut:

a. *Dependent variable*

Dalam penelitian ini variabel dependen menggunakan profit perusahaan yang diukur melalui *net profit margin* (NPM) yang dapat diperoleh melalui hasil bagi antara laba bersih dengan penjualan perusahaan.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}}$$

b. *Independent variable*

Dalam penelitian ini yang menjadi variable independen yaitu pengungkapan CSR (x). Menurut Global Reporting Initiative, ada beberapa tema indikator pengungkapan CSR yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Penelitian ini menggunakan variabel ekonomi (x1), lingkungan (x2), tenaga kerja (x3), hak asasi manusia (x4), kemasyarakatan (x5) dan tanggung jawab atas produk (x6). Dalam melakukan penelitian ini adalah membuat suatu daftar (checklist) item item pengungkapan CSR. Menurut *Global Reporting Initiative* terdapat total 79 item item pengungkapan yang terbagi atas 6 variabel bebas yaitu ekonomi, lingkungan, hak asasi manusia, ketenagakerjaan, kemasyarakatan, dan tanggung jawab atas produk. Pengecekan dan penghitungan pengungkapan CSR menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Untuk mendapatkan indeks pengungkapan CSR, total skor untuk setiap perusahaan dibagi dengan total jumlah item pengungkapan.

$$\text{Rumus} \quad : \text{CSRI } j = \frac{\sum I_j}{n_j}$$

Dimana :

CSRI (indikator) : *Corporate Social Responsibility*
Indikator perusahaan j (ekonomi, lingkungan dan sosial)

n_j : jumlah item

Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode judgement sampling, merupakan salah satu bentuk *purposive sampling* yaitu pengambilan sample dengan memperhatikan persyaratan berikut :

1. Perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012
2. Perusahaan tersebut mempublikasikan laporan keuangan beserta dengan laporan CSR selama tiga tahun berturut turut (2010-2012)
3. Memiliki data yang sesuai dengan digunakan dalam penelitian.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan model regresi linier berganda. Model analisis yang digunakan di dalam penelitian adalah:

$$y = x_1 + x_2 + x_3 + x_4 + x_5 + x_6$$

dimana :

y : profit (NPM)

x1: CSR (ekonomi)

x2 : CSR (lingkungan)

x3 : CSR (tenaga kerja)

x4 : CSR (hak asasi manusia)

x5 : CSR (masyarakat)

x6 : CSR (tanggung jawab atas produk)

Sebelum dilakukan uji hipotesis, akan dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa data tidak mengalami gangguan sehingga layak untuk diuji. Uji hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan uji t. Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh *independent variable* secara parsial terhadap *dependent variable*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hipotesis pada penelitian ini akan diuji dengan menggunakan model regresi linier berganda. Berikut merupakan data statistik deskriptif untuk variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Ekonomi	1.2500	.93201	60
Lingkungan	2.1167	1.77641	60
Tenaga Kerja	1.8333	1.62780	60
Hak Asasi Manusia	.2833	.64022	60
Kemasyarakatan	1.4500	.64899	60
Tanggung Jawab Produk	1.2667	1.17699	60
Net Profit Margin	.102106	6.652523	60

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata dari 60 perusahaan *consumer goods* setiap variabel dengan masing-masing standar deviasi. Variabel ekonomi memiliki nilai rata-rata 1,25 dengan standar deviasi 0,932. Variabel lingkungan memiliki nilai rata-rata 2,11 dengan standar deviasi 1,77. Variabel tenaga kerja memiliki nilai rata-rata 1,83 dengan standar deviasi 1,62. Variabel hak asasi manusia memiliki nilai rata-rata paling kecil di antara keenam variabel independen yaitu sebesar 0,28 dengan standar deviasi 0,64. Variabel kemasyarakatan memiliki nilai rata-rata 1,45 dengan standar deviasi 0,64. Sedangkan untuk variabel tanggung jawab atas produk memiliki nilai rata-rata 1,26 dengan standar deviasi 1,17. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan variabel lingkungan merupakan variabel yang paling banyak diungkapkan dalam penelitian. Dan dari hasil statistik di atas diketahui bahwa variabel dependen net profit margin memiliki nilai rata-rata 0,102 atau dengan kata lain 10,2%. Hal ini membuktikan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dilihat dari penjualan produknya sebesar 10,2%.

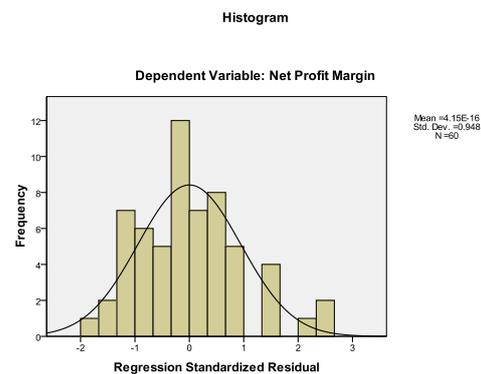
Uji asumsi klasik dilakukan sebelum melakukan uji hipotesis untuk menguji kelayakan data. Uji asumsi klasik yang dilakukan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan autokorelasi.

Uji Normalitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel

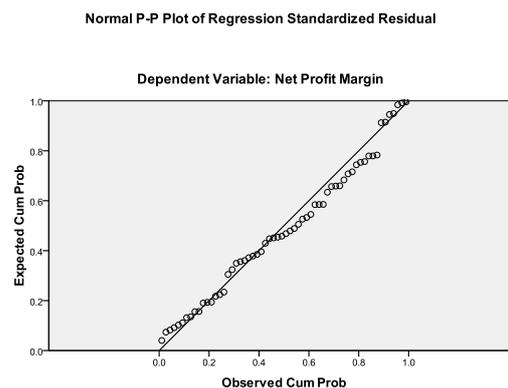
pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Uji t dan F mengamsusikan nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika terjadi pelanggaran asumsi ini, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara mendeteksi apakah data memiliki distribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik

Gambar 1. Grafik Histogram Normalitas Analisis Grafik



Pada gambar di atas menunjukkan bahwa grafik histogram memiliki pola distribusi normal. Hal tersebut ditandai dengan bentuk grafik yang menyerupai lonceng serta tepat di tengah sumbu x maupun y.

Gambar 2. Normal Probability Plot



Hasil uji normalitas dengan menggunakan normal probability plot pada gambar 4.2 menunjukkan bahwa grafik memberikan pola distribusi normal. Hal ini terlihat dari grafik titik-titik menyebar mendekati garis diagonal. Sehingga model regresi layak untuk dipakai dalam penelitian ini. Hasil ini diperkuat dengan menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 2. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.02025060
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		.681
Asymp. Sig. (2-tailed)		.743

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari hasil tabel 4.3 diatas memperlihatkan besarnya signifikan berada di atas 0,025 atau 2,5%, yaitu 0,743. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai kolmogorov-smirnov tidak signifikan berarti residual terdistribusi secara normal.

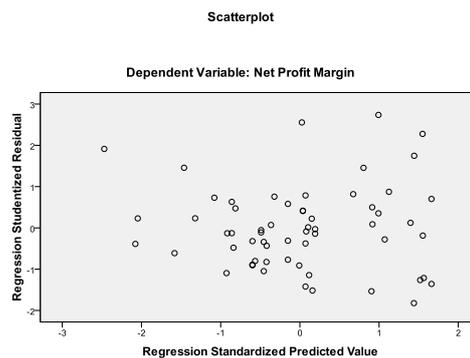
Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada setiap variable. Nilai tolerance yang ada pada variabel independen semua > 0,10 dengan nilai Variance Inflation Factors (VIF) di bawah 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi/ tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini pengujian heteroskedastisitas menggunakan Scatterplot. Metode ini dengan melihat grafik scatterplot antara standardized predicted value (ZPRED) dengan studentized residual (SRESID). Ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual.

Gambar 3. *Scatterplot*



Dengan melihat gambar di atas dapat dilihat bahwa tidak adanya pola yang jelas dan titik titik menyebar diatas dan di bawah 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya gangguan heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Uji Autokorelasi

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai Durbin Watson untuk penelitian ini adalah 2,118 yang berada diantara $1,68845 < DW < 2,31155$. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala autokorelasi.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.848a	.545	.519	.348976	2.118

a. Predictors: (Constant), Tanggung Jawab Produk, Ekonomi, Tenaga Kerja, Lingkungan, Kemasyarakatan, Hak Asasi Manusia

b. Dependent Variable: Net Profit Margin

Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Nilai determinasi ditentukan dengan nilai R Square.

Tabel 4. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848 ^a	.545	.519	.348976

a. Predictors: (Constant), Tanggung Jawab Produk, Ekonomi, Kemasyarakatan, Hak Asasi Manusia, Tenaga Kerja, Lingkungan

b. Dependent Variable: Net Profit Margin

Tampilan luar SPSS menunjukkan bahwa besarnya R² sebesar 0,545. Hal ini berarti bahwa 54,5 % net profit margin perusahaan dapat dijelaskan oleh keenam variabel independen (bebas) ekonomi, lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, kemasyarakatan dan tanggung jawab produk. Sedangkan sisanya yaitu (100% - 54,5% = 45,5%) dijelaskan oleh variable lain di luar penelitian.

Pengujian Simultan (Uji F)

Uji F ini dilakukan untuk menguji apakah model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model yang layak (fit) atau tidak. Pada tabel 5 dapat dilihat hasil dari uji F yang dilakukan.

Tabel 5. Hasil Uji F (Uji secara simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	289.927	6	48.321	21.198	.000 ^a
	Residual	2138.362	53	40.346		
	Total	2428.289	59			

a. Predictors: (Constant), Tanggung Jawab Produk, Ekonomi, Tenaga Kerja, Lingkungan, Kemasyarakatan, Hak Asasi Manusia

b. Dependent Variable: Net Profit Margin

Berdasarkan table ANOVA atau F tes , diperoleh nilai F hitung sebesar 21.198 dengan probabilitas 0,000. Atau dengan kata lain, berdasarkan tingkat keyakinan 97,5% , $\alpha = 2,5\%$, df 1 (jumlah variabel Tabel F (Lampiran) diperoleh F tabel sebesar 2,6274. Dari hasil output F hitung > F tabel, yaitu $21.198 > 2,6274$ dan untuk signifikansi karena berada di bawah 0,025

maka termasuk signifikan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, kemasyarakatan dan tanggung jawab produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap net profit margin perusahaan.

Uji Signifikansi (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji Signifikansi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	9.812	.880		2.786	.011
Ekonomi	.760	.106	.084	.687	.908
Lingkungan	.618	.258	.546	2.876	.009
Tenaga Kerja	-.705	.511	-.063	-2.467	.005
Hak Asasi Manusia	.531	.910	.091	.584	.565
Kemasyarakatan	.109	.282	.561	2.424	.024
Tanggung Jawab Produk	0.981	.710	.298	1.743	.095

a. Dependent Variable: Net Profit Margin

Uji t antara variabel ekonomi terhadap net profit margin dan nilai t hitung sebesar 0,687 dimana nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 2,005 dan signifikansi sebesar 0,908 yang nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi ($\alpha=2,5\%$ atau 0,025. Hal ini berarti pengungkapan variabel ekonomi tidak berpengaruh terhadap net profit margin perusahaan perusahaan consumer goods di Indonesia. Dengan demikian H1 ditolak.

Uji t antara variabel lingkungan terhadap net profit margin dan nilai t hitung sebesar 2,876

dimana nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,005 dan signifikansi sebesar 0,009 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)=2,5% atau 0,025 dalam hubungan positif uji satu sisi. Hal ini berarti pengungkapan variabel lingkungan berpengaruh positif terhadap net profit margin perusahaan perusahaan consumer goods di Indonesia. Dengan demikian H2 diterima.

Uji t antara variabel tenaga kerja terhadap net profit margin dan nilai t hitung sebesar -2,467 dimana nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel sebesar -2,005 dan signifikansi sebesar 0,005 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)=2,5% atau 0,025 dalam hubungan negatif uji satu sisi. Hal ini berarti pengungkapan variabel tenaga kerja berpengaruh terhadap net profit margin perusahaan perusahaan consumer goods di Indonesia. Dengan demikian H3 diterima.

Uji t antara variabel hak asasi manusia terhadap net profit margin dan nilai t hitung sebesar 0,584 dimana nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 2,005 dan signifikansi sebesar 0,565 yang nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi (α)=2,5% atau 0,025. Hal ini berarti pengungkapan variabel hak asasi manusia tidak berpengaruh terhadap net profit margin perusahaan perusahaan consumer goods di Indonesia. Dengan demikian H4 ditolak.

Uji t antara variabel kemasyarakatan terhadap net profit margin dan nilai t hitung sebesar 2,424 dimana nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,005 dan dengan signifikansi sebesar 0,024 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)=2,5% atau 0,025. Hal ini berarti pengungkapan variabel kemasyarakatan berpengaruh positif terhadap profit net profit margin perusahaan perusahaan consumer goods di Indonesia. Dengan demikian H5 diterima.

Uji t antara variabel tanggung jawab produk terhadap net profit margin dan nilai t hitung sebesar 1,743 dimana nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 2,005 dan dengan signifikansi sebesar 0,095 yang nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi (α)=2,5% atau 0,025. Hal ini berarti pengungkapan variabel tanggung jawab produk tidak berpengaruh terhadap net profit margin perusahaan perusahaan consumer goods di Indonesia. Dengan demikian H6 ditolak

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap profit perusahaan Consumer Goods dapat disimpulkan bahwa variabel ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, kemasyarakatan dan tanggung jawab produk tidak berpengaruh terhadap profit perusahaan consumer goods di Indonesia. Hasil uji statistik secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel ekonomi, hak asasi manusia dan tanggung jawab atas produk tidak berpengaruh terhadap profit perusahaan consumer goods di Indonesia. Sedangkan hasil uji statistik secara parsial (Uji t) variabel lingkungan dan kemasyarakatan berpengaruh positif terhadap profit perusahaan consumer goods di Indonesia. Namun hasil uji statistik secara parsial (Uji t) variabel tenaga kerja memiliki pengaruh negatif terhadap profit perusahaan consumer goods di Indonesia.

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini, adapun saran saran dan keterbatasan penelitian yang dapat diberikan, yaitu:

1. Penelitian ini hanya menggunakan variable independen yaitu menggunakan indeks pengungkapan menurut GRI (Global Reporting Initiative) untuk mengukur indeks CSR. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variable moderating atau variable control dalam mengukur hubungan CSR dan NPM perusahaan, misalnya : leverage, size perusahaan, dll.
2. Peneliti menemukan kesulitan di dalam mengidentifikasi masing masing variabel dikarenakan pengungkapan variabel yang kurang jelas. Diharapkan agar perusahaan lebih memperhatikan indikator pengungkapan CSR agar sesuai dengan *Global Reporting Initiative* sehingga di kemudian hari dapat dilakukan penelitian yang lebih akurat.
3. Bagi manajemen perusahaan diharapkan lebih terbuka mengungkapkan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya.
4. Bagi pemerintah agar lebih mempertegas perusahaan consumer goods dalam melaporkan pengungkapan CSR di dalam laporan tahunan / sustainability reporting karena minimnya pengungkapan CSR pada perusahaan consumer goods

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, Husnan.(2013). Pengaruh corporate social responsibility disclosure terhadap kinerja keuangan perusahaan. Skripsi S1 Akuntansi UNDIP
- Almar, Multafia; Rachmawati, Rima dan Murni, Asfia.(2012). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility (csr) terhadap profitabilitas perusahaan (survey pada perusahaan industri semen yang listing di bursa efek indonesia). Jurnal Proceeding Seminar Nasional Akuntansi - Bisnis (SNAB)
- Almilia, Luciana S dan Wijanto, Dwi.(2007).Pengaruh Environmental Disclosure terhadap Economic Performance. Paper Accounting Conference Universitas Indonesia
- Anggraini, F., & Retno, R. (2006).Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. Padang: Simposium Nasional Akuntansi IX.
- Badjuri, Ahmad.(Mei 2011).Faktor – Faktor Fundamental, Mekanisme Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia. Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan 3(1),6-15.
- Cahya, Bramantya Adhi.(2010).Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi pada Bank di Indonesia tahun 2007-2008). Skripsi S1 Undip.
- Dahli, L. d. (2008).Pengaruh Corporate Social Responsibility.Pontianak: Simposium Nasional Akuntansi XI.
- Epstein, Marc J. dan Reedman, Martin.(1994). Social disclosure and the individual investor. Accounting, Auditing and Accountability Journal, 7(4), 94-109
- Fauzi Hasan, L. Mahoney dan A. A. Rahman.(2007).Institutional Ownership and Corporate Social Performance: Empirical Evidence from Indonesian Companies. SSRN and Issues in Social and Environmental Accounting, 1(2), 334-347
- Fiori G, Donato F, and Izzo M.F.(2007). Corporate Social Responsibility and Firms Performance, an analysis Italian listed companies
- George Balabanis, Hugh C. Phillips, Jonathan Lyall.(1998).Corporate social responsibility and economic performance in the top British companies: are they linked, European Business Review, 98 (1), 25 – 44.
- Ghozali dan Chariri.(2007). Teori akuntansi (3rd ed.).Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam.(2006).Analisis Multivariate dengan Program SPSS (4rd ed.).Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gray, R., Kouhy, R. and Lavers, S.(1995).Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure.Accounting, Auditing & Accountability Journal, 8(2), 47-77.
- Gray, R, Owen D., dan Adams, C. (1996).Accounting and Accountability, Prentice Hall Europe.
- Gray, R., Owen, D. dan Maunders, K. (1987).Corporate Social Reporting:Accounting and Accountability, Prentice-Hall, London
- Hackston, David dan Markus J. Milne.(1996).Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies, Accounting, Auditing & Accountability Journal, 9 (1)77 – 108.
- Hanafi, Mamduh M dan Halim, Abdul.(2003).Analisis laporan Keuangan.Yogyakarta: Unit penerbit dan Percetakan AMP YKPN
- Ikatan Akuntan Indonesia.(2009).Standar Akuntansi Keuangan.Jakarta:Penerbit Salemba Empat.
- J. joseph Cronin, jr steven a taylor.(1994).servperv versus servqual: reconciling performance based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. journal of marketing 58
- John Elkington.(1997).Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business
- Kartika Hendra Titiasari, Eko S, Setiawan, Doddy.(2010).Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Perusahaan. Proceeding Simposium Nasional Akuntansi XIII, Purwokerto
- Kusumadilaga, Rimba.(2010).Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel

Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. Skripsi S1 Undip

- Mahoney, L dan Roberts, R.W.(2007). Corporate Social and Environmental Performance and Their Relation to Financial Performance and Institutional Ownership: Empirical Evidence on Canadian Firms. *Accounting Forum*, 31 ,233-253
- Pflieger, et al (2005). The Contribution of life cycle assessment to global sustainability reporting of Organization. *Management of Environmental* 16(2)
- Sarumpaet, Susi.(2005). The Relationship between Environmental performance of Indonesian Companies. *Jurnal Akuntansi Keuangan Universitas Kristen Petra* 7 (2)
- Sayekti, Y. dan L.S. Wondabio.(2007). Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient (Suatu Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Proceeding Simposium Nasional Akuntansi IX*, Makassar
- Sembiring, E.R.(2003). Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Proceeding Simposium Nasional Akuntansi VI*, Surabaya
- Sugiyono.(2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta.
- Suratno. I.B., Darsono & Siti M.(2006). Pengaruh Environmental Performance Terhadap Environmental Disclosure dan Economic Performance. *Simposium Nasional Akuntansi IX*
- Sutopoyudo.(2009). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan. Sutopoyudo's Weblog at <http://www.wordpress.com>. Diakses tanggal 20 Oktober 2013
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- Undang Undang RI No. 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan pada Bab I pasal 1 ayat 2
- Waryanti.(2009). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Skripsi S1 Akuntansi UNDIP

Referensi Website

www.globalreporting.org

www.wbcsd.org

www.idx.co.id