

**PENGARUH PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL
TERHADAP PROFITABILITAS dan NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)**

Fanny Lestari Dan Paskah Ika Nugroho

Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Kristen Satya Wacana

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is a concept which the organization, especially the corporation, considers public business with responsible of the influence of their activity towards customers, suppliers, employees, shareholders, publics, and the others stakeholders in the scope of corporation operational aspects. The positive image, which formed as the effect of the implementation of CSR program by a company, brings a good effect towards the success of business activity and company marketing. In a long term, the image will bring a lot of benefits for the company, especially to be a shield in a crisis situation, increase the competitive ability in a middle term and long term, economize the operational cost, and increase the marketing strategy. This research intends to analyze the influence of social responsibility revelation towards the profitability and company value.

The data were obtained from 68 annually reports of companies which are listed in ICMD (Indonesia Capital Market Directory) by using purposive sampling method. The analysis technique of this research used simple regression. The data was analyzed by using statistic descriptive analysis, assumption classic test which consisted of normality test and continued with hypothesis test.

Statistically, this research shows that the level of the revelation of companies' social responsibility, which listed in BEI, are on the average position. It means that some of those companies get a standard score or enough to reveal CSR. The result of this research shows different results for the profitability. The revelation of CSR 07 influences positively towards ROA 07 and 08, while for ratio NPM, both of them are not influenced with the level of the CSR revelation of that company. In addition, the revelation of CSR towards the company value, which measured by using PER ratio, does not have any influences towards PER ratio in the year when CSR was revealed as well as in the following year.

Keyword : *Corporate Social Responsibility disclosure, ROA, NPM, PER.*

PENDAHULUAN

Untuk terus “going” perusahaan harus dan wajib melaksanakan kegiatan yang berdampak positif. Namun tidak dapat dihindari dari beberapa kegiatan operasi yang dilakukan dipicu dari tekanan dan ancaman yang ada dampak negatif beberapa kali ditimbulkan. Dari beberapa penelitian tidak sedikit ditemukannya banyak kasus kerugian yang ditimbulkan dari tindakan perusahaan yang tidak peduli pada lingkungan. Kerusakan yang terjadi membuat kepercayaan masyarakat sekitar pada perusahaan menurun dan berpengaruh terhadap *image* perusahaan yang memburuk. Sebagai contoh kasus perusahaan PT. Riau Andalan Pulp and Paper dan PT. Lapindo Brantas di Porong Sidoarjo yang diteliti oleh Dai dan Tangguh (2009).

Sebelum maraknya kasus lingkungan, persaingan perusahaan pada umumnya ditujukan dalam persaingan biaya yang akan berakibat pada harga. Akan tetapi seiring perkembangan jaman dewasa ini tujuan tersebut tidak lagi dilakukan. Hal ini didukung pernyataan tujuan perusahaan bukan semata-mata hanya maksimalisasi laba oleh *shareholders*, tapi perusahaan juga harus bertanggung jawab terhadap lingkungan dimana perusahaan tersebut berada. (Mangoting, 2007). Milton Friedman juga ikut menyatakan bahwa tujuan utama korporasi adalah memperoleh profit semata, semakin ditinggalkan. Sebaliknya, konsep *triple bottom line* (*profit, planet, people*) yang digagas John Elkington semakin masuk ke *mainstream* etika bisnis dalam Suharto (2008). Dari beberapa fakta diatas tersirat kesadaran masyarakat akan lingkungan telah dibukakan. Jadi mulai era saat ini masyarakat lebih mengutamakan produk aman, ramah lingkungan.

Environics International menunjukkan hasil penelitiannya yang menyatakan sebagian besar dari masyarakat di 23 negara memberikan perhatian yang tinggi terhadap perilaku sosial perusahaan. (Gupta, 2003 dalam Masnila, 2006). Di Indonesia sendiri pemerintah juga telah menaruh perhatian terhadap masalah lingkungan alam terbukti dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pada pasal 74 mengatur tentang kewajiban perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan Sumber Daya Alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial ini timbul dari adanya konflik kepentingan antara perusahaan dan masyarakat sekitar akibat dampak negatif yang timbul dari keberadaan suatu perusahaan dalam lingkungan tertentu.

Setelah menyadari kegunaan akan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial maka dalam memutuskan mengungkapkan informasi sosial, perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang akan diperoleh. Jika manfaat yang diperoleh lebih besar dari biaya untuk mengungkapkan informasi sosial perusahaan, maka perusahaan akan dengan sukarela mengungkapkan informasi tersebut. Namun tidak demikian jika biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mengungkapkan

tanggung jawab sosial atau CSR lebih besar daripada manfaat yang diperoleh. (Apridita, 2009).

CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau yang lebih dikenal di Indonesia sebagai pengungkapan tanggung jawab sosial pada mulanya pelaporan tersebut hanya ditujukan untuk mengurangi resiko dan meningkatkan reputasi di kalangan investor. Pertumbuhan cepat dalam jumlah pelaporan CSR telah didorong oleh kesadaran bahwa pengungkapan tersebut dapat memberikan manfaat bisnis. (Ballantine, 2009).

Hingga saat ini, penelitian kuantitatif yang terperinci mengenai program CSR dan manfaatnya bagi perusahaan dan masyarakat serta lingkungan di Indonesia masih belum ada. Hal tersebut dikarenakan beberapa faktor, seperti keterbatasan akses informasi dan kerahasiaan akan metode CSR dan alokasi anggaran yang ada dalam suatu perusahaan yang menyangkut kebijakan internal dan tidak boleh diketahui pihak lain, dan kebiasaan mengkomunikasikan program CSR yang masih kurang mengingat pengaruh budaya timur yang menyebut tabu untuk memberitahukan program kedermawanan kepada pihak lain. (Budhiarta, 2007).

Kesulitan memperoleh data penelitian kuantitatif mengenai program CSR mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan data kualitatif seperti yang dilakukan oleh Chariri dan Nugroho (2009) meneliti retorika dalam pelaporan *Corporate Social Responsibility* dengan analisis semiotik atas *sustainability reporting* pada PT.Aneka Tambang Tbk. Penelitian ini menganalisis kekuatan verbal atau kekuatan teks deskripsi atas pengungkapan tanggung jawab sosial pada satu perusahaan saja yaitu PT.Aneka Tambang Tbk.

Tidak memungkiri semua kegiatan yang dilakukan perusahaan sebenarnya memang berorientasi pada *profit oriented*. Banyak ditemukan penelitian yang menyatakan adanya hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial dengan profitabilitas perusahaan. Seperti yang telah dilakukan Apridita (2009) menyimpulkan pengungkapan CSR belum berpengaruh terhadap profitabilitas pada tahun yang sama diungkapkannya CSR terbukti dari ditemukannya pengungkapan tidak berpengaruh terhadap ROA dan NPM namun dampak dari pengungkapan CSR berpengaruh satu tahun setelah CSR tersebut diungkapkan terbukti dari adanya pengaruh antara pengungkapan CSR dan profitabilitas yang diukur oleh ROE dan ROA namun NPM tetap tidak dipengaruhi oleh pengungkapan CSR. Sama halnya dengan yang dilakukan Orlitzky *et. al.*, (2003) dengan judul *Corporate Social and Financial Performance: Meta Analysis*, yang menemukan hubungan yang positif antara CSP (*Corporate Social Performance*) dan CFP (*Corporate Financial Performance*). Bertolak belakang dari penelitian-penelitian sebelumnya Sarumpaet (2005) menemukan tidak adanya hubungan antara kinerja lingkungan dengan kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian ini dimaksudkan mengadaptasi penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang beragam, seperti yang dilakukan Hastanti (2008) yang mengukur

pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja dan nilai perusahaan juga seperti yang dilakukan Nugrahanti (2010) yang meneliti pengaruh CSR *disclosure* terhadap kinerja perusahaan yang dibagi lagi menjadi kinerja keuangan dan kinerja pasar. Penelitian ini mengkhususkan untuk meneliti Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan, pemilihan variabel mewakili *accounting-based and market-based measures* (Spicer, 1978 dalam Susi, 2005). Profitabilitas diukur dengan rasio ROA (Ismiyanti dan Mahadwartha, 2006 dalam Sutarto, 2009). ROA merupakan standar yang baik dari penilaian kinerja karena dapat lebih diterima secara universal dan lebih sedikit kemungkinan memberikan hasil yang menyesatkan dibandingkan pengukuran yang lain (Aupperle, 1985 dalam Nugrahanti, 2010) dan profitabilitas lainnya diukur dengan NPM (Wintananda, 2008 dan Pranata, 2007). Sampel yang berada dalam rumpun perusahaan yang listing pada bursa efek pasti memiliki saham, jadi PER digunakan untuk mendeskripsikan nilai perusahaan. (Hill *et al*, 2007 dalam Mangoting, 2007), (Hastanti, 2008), Wintananda (2008).

CSR menjadi salah satu instrument *non-financial disclosure* yang mulai populer diterapkan dan dilakukan di beberapa perusahaan. CSR dapat mengukur sejauh mana perusahaan-perusahaan memiliki etika dan tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Pengukuran bersifat kualitatif kemudian diuji pengaruhnya terhadap komponen keuangan.

Persoalan penelitian yang akan dibahas : (a) Apakah pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan pada periode yang sama saat diungkapkannya dan satu periode setelah pengungkapan CSR? (b) Apakah pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada periode yang sama saat diungkapkannya dan satu periode setelah pengungkapan CSR?

Manfaat Penelitian, Manfaat penelitian ini: (a) Bagi perusahaan diharapkan membuat kesadaran mereka yang belum menerapkan CSR dalam pelaporannya menjadi tertarik untuk mempraktekkannya. Sedangkan bagi perusahaan yang sudah menerapkan diharapkan perusahaan tersebut semakin konsisten dan terus berusaha mengembangkan pengungkapan CSR yang telah dilakukan sebelumnya. (b) Bagi perkembangan ilmu akuntansi diharapkan penelitian ini bisa dijadikan acuan dalam perkembangan ilmu akuntansi selanjutnya yang lebih inovatif.

Tanggung Jawab Sosial, *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial korporasi adalah suatu konsep di mana organisasi, khususnya (namun bukan hanya) korporasi, mempertimbangkan kepentingan masyarakat dengan bertanggung jawab atas pengaruh kegiatan mereka terhadap pelanggan, *supplier*, karyawan, pemegang saham, masyarakat, dan *stakeholder* lainnya, seperti lingkungan dalam segala aspek operasional korporasi. (Dai dan Tangguh, 2009).

Pandangan lain tentang CSR yang lebih komprehensif dikeluarkan oleh *Prince of Wales-International Business Forum* melalui konsep lima pilarnya. Pertama,

building human capital, yaitu perusahaan dituntut melakukan pemberdayaan, biasanya melalui *community development*, menuju peningkatan kesejahteraan dan kemandirian. Kedua, *strengthening economies*, yaitu memberdayakan ekonomi komunitas. Ketiga, *assessing social cohesion*, yaitu perusahaan harus menjaga hubungan yang harmonis dengan masyarakat di sekitarnya agar tidak muncul konflik. Keempat, *encouraging good governance*, maksudnya perusahaan harus dijalankan dalam tata kelola yang baik. Dan kelima, *protecting the environment*, maksudnya perusahaan harus selalu menjaga kelestarian dan kualitas lingkungan. (Budhiarta, 2007).

Corporate Social Responsibility menunjuk pada transparansi pengungkapan sosial perusahaan atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak (*externalities*) sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan. (Prasetyo, 2009).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham. (Gray *et. al.*, 1987 dalam Sembiring, 2005). Pada penelitian ini item pengungkapan CSR di kategorikan dalam 78 item pengungkapan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Sayekti Wondabio (2007).

Profitabilitas, Van Horn dan Wachowicz (1997) dalam Leunupun (2003) mendeskripsikan profitabilitas sebagai kemampuan menghasilkan laba (*profit*) selama periode tertentu dengan menggunakan aktiva atau modal, baik modal secara keseluruhan maupun modal sendiri. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur menggunakan rasio keuangan yaitu ROA (*Return on Assets*) dan NPM (*Net Profit Margin*) yang dalam Widayanti (2006) dihitung dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{lab a bersih}}{\text{total aset}}$$

$$NPM = \frac{\text{lab a bersih}}{\text{penjualan}}$$

ROA dihitung dengan rumus laba bersih setelah pajak dibagi total aktiva (Yuniasih dan Wirakusuma, 2008). Uni (2006) menyatakan *Return On Asset* (ROA)

adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Net Profit Margin adalah perbandingan antara *net income* dengan *operating income*. (Pikir, 2006). Brigham dan Gapenski (2006) juga mendeskripsikan NPM sebagai kemampuan *sales*/penjualan perusahaan untuk memperoleh laba, rumus yang digunakan dijabarkan sebagai :

$$\frac{\text{net income}}{\text{operating sales}}$$

Nilai Perusahaan

Perusahaan dalam ilmu akuntansi seperti layaknya suatu barang memiliki nilai atau (*value*) yang dapat dihitung dengan satuan pengukur uang. Nilai perusahaan dalam buku *Strategy and enterprise value in the relationship economy* oleh Morgan (1997) dalam Natalisa (2009), nilai perusahaan (*enterprise value*) harus mempresentasikan jumlah nilai-nilai dari macam-macam yang mendasari aset dan kewajiban.

Dalam hal ini nilai perusahaan dihitung dari rasio PER (*Price Earning Ratio*) yang merupakan salah satu instrument penilaian investor atau *shareholders* sebagai pelaku pasar surat-surat berharga. Dalam arti lain nilai perusahaan dinilai dari perspektif investor sebagai PER seperti yang dilakukan Hastanti (2008) dan Wintananda (2008).

Price Earning Ratio memperlihatkan beberapa banyak investor bersedia membayar untuk setiap rupiah dari laba.

PER dihitung sebagai :

$$\frac{\text{Market Value per Share}}{\text{Earning per Share (EPS)}}$$

PER merupakan salah satu pendekatan yang sering digunakan oleh analis sekuritas untuk menilai suatu saham. Pendekatan ini mendasarkan atas rasio antara harga saham per lembar yang berlaku di pasar modal dengan tingkat keuntungan bersih yang tersedia bagi pemegang saham. (Kholid , 2006).

Brigham & Gapenski (1996) dalam Kholid (2006) mengemukakan bahwa PER menunjukkan besarnya harga yang tersedia dibayarkan oleh investor untuk setiap dollar laba yang dilaporkan oleh perusahaan. Sartono (2001) menyatakan bahwa PER dapat diartikan sebagai indikator kepercayaan pasar terhadap prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang.

Price Earning Ratio merupakan perbandingan antara harga saham dengan laba per saham (*Earning per Share*). (<http://www.jurnalskripsi.com/pengaruh-sales-total-assets-return-on-equity-devidend-payout-ratio-debt-equity-ratio-earning-growth-standar-deviasi-earning-growth-dan-return-on-assets-terhadap-price-earning-ratio-pdf.htm>.)

Model dan Hipotesis

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan, Menurut hasil Survey “*The Millenium Poll on CSR*” (1999) yang dilakukan oleh *Envirionics International* (Toronto), *Conference Board* (New York) dan *Prince of Wales Business Leader Forum* (London) diantara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini tentang perusahaan, 60% mengatakan bahwa etika bisnis, praktek terhadap karyawan, dampak terhadap lingkungan, tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) akan paling berperan, sedangkan bagi 40% citra perusahaan & *brand image* yang akan paling mempengaruhi kesan mereka. Lebih lanjut, sikap konsumen terhadap perusahaan yang dinilai tidak melakukan CSR adalah ingin “menghukum” (40%) dan 50% tidak akan membeli produk dari perusahaan yang bersangkutan dan/atau bicara kepada orang lain tentang kekurangan perusahaan tersebut. (<http://info-csr.blogspot.com>)

Pergeseran ekologis pemasaran berlangsung pada berbagai segi pemasaran. Tanggungjawab sosial dan etika berbisnis menjadi patokan kinerja pemasaran perusahaan. Kemudian timbul konsep *green marketing*, yaitu upaya pemasaran dan promosi dari produk yang sehat, aman dan bermanfaat untuk masyarakat dan lingkungan. (Pawitra, 2004 dalam Budhiarta, 2007).

Berdasarkan ungkapan diatas disimpulkan bahwa sekarang ini semuanya telah berfokus dan mengarah pada penghijauan atau perbaikan ekosistem untuk keberlangsungan hidup jangka panjang. Dengan menghadirkan pernyataan tentang produk aman yang menjadi salah satu item yang terdapat dalam item pengungkapan CSR menjadi salah satu strategi pemasaran yang bisa membuat peluang lebih laris di pasaran. Produk yang laris di pasaran akan meningkatkan penjualan dan menaikkan profitabilitas perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan penumpahan dalam mendeskripsikan suatu kejadian dalam kata-kata dan bahasa tetapi kejadian yang diungkapkan tersebut sebenarnya telah terjadi lama sebelum diungkapkannya pemilihan hipotesis 1 a dan b didasarkan atas logika bahwa kejadian tanggung jawab sosial terjadi bersamaan dengan keputusan konsumen untuk membeli produk perusahaan yang menurutnya melakukan CSR.

Menurut penelitian Spicer (1978) dalam Nugrahanti (2010) menyebutkan bahwa CSR yang tinggi akan meningkatkan akses terhadap sumber daya perusahaan. Yosefa dan Wondabio (2008) menguji pengaruh dari pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan terhadap respon pasar terhadap laba perusahaan (*earning response coefficient*, ERC) yang hasilnya terdapat hubungan namun negatif. Orlitzky *et. al.*, (2003) dengan judul *Corporate Social and Financial Performance: Meta Analysis*, yang menemukan hubungan yang positif antara CSP (*Corporate Social Performance*) dan CFP (*Corporate Financial Performance*). Apridita (2009) dalam penelitiannya menemukan tidak adanya

pengaruh antara pengungkapan tanggung jawab sosial dengan ROA dan NPM pada periode yang sama diungkapkannya.

Berdasarkan pemikiran diatas, maka hipotesis yang diajukan yaitu:

H_{1a} : Pengungkapan CSR tahun 2007 mempengaruhi ROA tahun 2007

H_{1b} : Pengungkapan CSR tahun 2007 mempengaruhi NPM tahun 2007

Sutojo (2004, hal. 3) dalam Budhiarta (2007) mengemukakan bahwa terbentuknya citra positif sebagai akibat pelaksanaan program CSR oleh suatu perusahaan akan membawa dampak pada keberhasilan kegiatan bisnis dan pemasaran perusahaan. Dalam jangka panjang, pencitraan positif ini akan membawa banyak sekali manfaat bagi perusahaan pelaku CSR, baik pada saat perusahaan sedang mengalami masa kejayaan maupun pada saat menghadapi berbagai macam krisis. Beberapa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan yang memiliki citra yang baik antara lain: (a) Menjadi perisai di saat keadaan krisis, (b) Meningkatkan daya saing untuk jangka menengah dan jangka panjang, (c) Penghematan biaya operasional, dan (d) Meningkatkan efektifitas strategi pemasaran

Adanya pengaruh dari penerapan CSR terhadap profitabilitas juga ditemukan oleh Apridita (2009) yang meneliti pengaruhnya terhadap profitabilitas tahun yang sama dan satu tahun ke depan. Hasil yang ditemukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial hanya berpengaruh terhadap ROA dan tidak berpengaruh signifikan terhadap NPM satu tahun setelah diungkapkannya tanggung jawab sosial. Hal ini didasarkan atas pernyataan bahwa pengungkapan CSR tidak hanya berpengaruh pada jangka pendek tapi juga berpengaruh jangka panjang.

Berdasarkan pemikiran diatas, maka hipotesis yang diajukan yaitu:

H_{2a} : Pengungkapan CSR tahun 2007 mempengaruhi ROA tahun 2008

H_{2b} : Pengungkapan CSR tahun 2007 mempengaruhi NPM tahun 2008

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, Kembali pada paradigma terdahulu yang mengatakan tujuan utama perusahaan adalah mensejahterakan pemegang saham atau *shareholders* maka salah satu kebijakan perusahaan mengungkapkan CSR masih sedikit berdampak terhadap eksistensi pemegang saham dalam perusahaan yang mengungkapkan CSR.

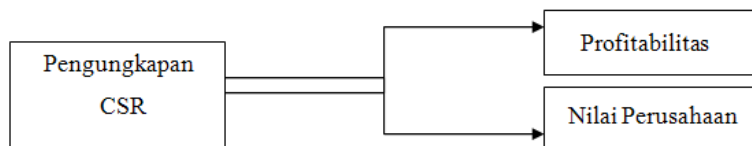
Nilai perusahaan dalam hal ini diukur menggunakan rasio PER yang dinilai mewakili penilaian investor terhadap saham yang dikeluarkan perusahaan. Investor atau *shareholders* melakukan ekspektasi yang cukup dipengaruhi oleh pengungkapan CSR. Jika perusahaan mengungkapkan CSR maka produk yang dikeluarkan akan condong laris di pasaran dan akan membuat penjualan dan laba perusahaan meningkat maka keberlangsungan hidup perusahaan juga meningkat dan mengurangi resiko pengembalian atau *return* saham yang ditanamkan. Dengan berkurangnya resiko semakin banyak pemilik modal yang ingin menanamkan modalnya pada saham perusahaan tersebut. Maka saham menjadi komoditi aktif dan bersaing di pasar yang akan menaikkan nilai saham. Saham dinilai mendapat apresiasi tinggi dari para pemain saham. (Kholid, 2006)

Diungkapkan dalam Clark (2005) yang meneliti *Why should they care? The role of institutional investors in the market for corporate global responsibility*. Penelitiannya menghubungkan beberapa variabel dalam perusahaan, salah satu yang diteliti citra merek dan nilai perusahaan (PER) yang berpengaruh positif kemudian menghubungkan antara pandangan investor yang melakukan strategi dengan menaikkan standar pengungkapan *corporate, social, environmental standard*. Peningkatan pengungkapan sesuai standar diekspektasi akan menaikkan reputasi perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan (P/E). Hal serupa dilakukan Hastanti (2008) yang menemukan hubungan yang positif dan negatif antara pengungkapan CSR dengan beberapa variabel salah satunya nilai perusahaan yang dideskripsikan dengan PER. Penelitian ini menyimpulkan hipotesis semakin baik perusahaan mengungkapkan CSR maka akan berpengaruh positif terhadap PER.

H₃ : Pengungkapan CSR tahun 2007 mempengaruhi PER tahun 2007

Sama seperti halnya profitabilitas PER yang mencerminkan nilai perusahaan juga tidak hanya cukup diukur satu tahun setelah diungkapkannya. Hal ini didukung dari pendapat PER juga mengindikasikan tentang adanya masa depan perusahaan (<http://www.jurnalskripsi.com/pengaruh-sales-total-assets-return-on-equity-devidend-payout-ratio-debt-equity-ratio-earning-growth-standar-deviasi-earning-growth-dan-return-on-assets-terhadap-price-earning-ratio-pdf.htm>.) Waktu yang cukup lama untuk membuat laporan pengungkapan menjadi alasan mengapa pengungkapan CSR diukur pengaruhnya terhadap nilai perusahaan satu tahun setelah terjadinya didukung pula oleh penelitian Moskowitz (1972) dalam Nugrahanti (2010) menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai CSR yang baik mengalami peningkatan harga saham terus menerus selama 6 bulan. Penelitian sebelumnya Hastanti (2008) hanya mencari pengaruh pengungkapan tanggung jawab CSR pada satu tahun karena fakta diatas menarik untuk dilakukan penelitian di satu tahun setelah pengungkapannya. Maka dapat disimpulkan hipotesis:

H₄ : Pengungkapan CSR tahun 2007 mempengaruhi PER tahun 2008



Gambar 1. Model Penelitian

METODE

Data dan Pemilihan Sampel

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder. Data diambil dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) dan berbagai *database* sumber lainnya. Populasi perusahaan-perusahaan dalam berbagai industri yang ada di

Indonesia dan terdaftar menjadi anggota Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel dipilih jika memenuhi kriteria : (a) Perusahaan yang terdaftar di BEI di tahun 2007 sampai 2008. (b) Mempunyai dan mempublikasikan laporan tahunannya dalam periode 2007 dan 2008, serta mengungkapkan laporan tanggung jawab sosialnya.

Untuk pengambilan sampel yang merepresentatifkan populasi maka digunakan acuan yang diungkapkan oleh Yamane (1973) dalam (Supramono dan Intiyas, 2003) teknik sampling yang digunakan adalah teknik acak :

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Dimana:

n : Jumlah sampel

N : Populasi

d : Prosentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir ditetapkan 10%.

Tabel 1. Jumlah Sampel

| Kriteria | Jumlah |
|---|---------------|
| Perusahaan yang terdaftar di ICMD 2008 | 393 |
| Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan tahunan di internet secara lengkap di tahun 2007 dan 2008 | (182) |
| Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan di internet secara lengkap di tahun 2007 dan 2008 | 211 |
| Sampel yang diambil berdasarkan rumus yang dikemukakan oleh Yamane(1973) dalam Supramono dan Intiyas (2003) | 67,8456 |
| Total sampel yang digunakan | 68 |

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2010

Perusahaan - perusahaan yang terdaftar dalam buku ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*) telah dikelompokkan menjadi industri – industri tertentu maka pengambilan sampel akan didistribusikan kembali menjadi sampel – sampel yang mewakili tiap industri. Untuk mendistribusikannya digunakan rumus:

$$n = \frac{A \times C}{B}$$

Dimana :

n : Jumlah sampel perusahaan berdasarkan jenis industri

A : Jumlah perusahaan berdasarkan industri yang mengungkapkan laporan tahunan

B : Jumlah seluruh perusahaan yang mengungkapkan laporan tahunannya di internet

C : Jumlah sampel yang ditetapkan

Tabel 2. Jumlah Sampel berdasarkan Jenis Industri

| No. Jenis Industri | Jumlah Perusahaan yang mengungkapkan laporan tahunan di internet | Jumlah sampel |
|---|--|---------------|
| 1. <i>Agriculture, Forestry and Fishing</i> | 2 | 1 |
| 2. <i>Animal feed and Husbandry</i> | 1 | 1 |
| 3. <i>Mining and Mining Services</i> | 2 | 1 |
| 4. <i>Constructions</i> | 7 | 2 |
| 5. <i>Manufacturing</i> | 19 | 6 |
| 6. <i>Transportation Services</i> | 13 | 4 |
| 7. <i>Telecommunication</i> | 6 | 2 |
| 8. <i>Whole Sale and Retail Trade</i> | 19 | 6 |
| 9. <i>Banking, Credit Agencies Other Than Bank, Securities, Insurance and Real Estate</i> | 111 | 35 |
| 10. <i>Hotel and Travel Services</i> | 9 | 3 |
| 11. <i>Holding and Other Investment Companies</i> | 4 | 1 |
| 12. <i>Others</i> | 18 | 6 |
| Total | 211 | 68 |

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2010

Pengukuran Variabel

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial yang dipublikasikan perusahaan-perusahaan dalam laporan tahunannya. Pengungkapan informasi sosial perusahaan adalah pengungkapan semua informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI selama tahun 2007-2008. Karena pengungkapan sosial antara industri yang satu dan yang lainnya berbeda maka penilaian dikelompokkan berdasarkan industri-industri yang ada. Penilaian item pengungkapan tanggung jawab sosial menggunakan metode *dichotomous*, dengan memberi skor 1 pada item yang diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan, dan yang tidak diungkapkan diberi skor 0. Instrumen pengukuran CSR yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrument yang digunakan oleh Hackston dan Milne (1996) yang kemudian disesuaikan dalam penelitian Sembiring (2005) menjadi 78 item pengungkapan yang cocok dengan kondisi perusahaan di Indonesia.

Variabel dependen adalah profitabilitas dan nilai perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Apridita (2009). Sesuai

dengan beberapa penelitian terdahulu seperti Wintananda (2008) dan Ismiyanti dan Mahadwartha (2006) dalam Sutarto (2009) profitabilitas diukur dengan menggunakan ROA dan NPM.

Variabel dependen lainnya adalah nilai perusahaan. Sesuai dengan yang diteliti oleh Wintananda (2008), Ismiyanti dan Mahadwartha (2006) dalam Sutarto (2009), Fischer *et al* (2009) nilai perusahaan diukur dengan menggunakan PER (P/E).

Teknik dan Langkah Analisis

Analisis Uji Asumsi Klasik, Agar model regresi yang diamati merupakan model regresi yang menghasilkan estimator linier tidak bias yang terbaik, kondisi ini akan terjadi jika terpenuhi asumsi klasik yaitu Uji normalitas ini menguji apakah model regresi variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Normal *Kolmogorov-Smirnov*. Menurut metode ini pertama menentukan terlebih dahulu hipotesis pengujiannya, jika suatu variabel memiliki nilai statistik KS signifikan ($p > 0,05$) maka variabel tersebut memiliki distribusi normal.

Uji Hipotesis, Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan yang dijabarkan melalui hipotesis. Pengujian hipotesis ini menggunakan uji regresi sederhana atau linear untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Distribusi T digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika probabilitas dari uji regresi ($\text{asyp.sig} > 0,05$) maka H_0 tidak dapat ditolak dan apabila probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen terjadi jika H_0 ditolak dan menerima H_a .

Analisis Regresi Sederhana, Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan uji statistik regresi sederhana. Persamaan dan variabel dalam regresi adalah sebagai berikut:

$$Y_{1a} = a_1 + b_1X + e \dots\dots\dots(1)$$

$$Y_{1b} = a_2 + b_2X + e \dots\dots\dots(2)$$

$$Y_{2a} = a_3 + b_3X + e \dots\dots\dots(3)$$

$$Y_{2b} = a_4 + b_4X + e \dots\dots\dots(4)$$

$$Y_3 = a_5 + b_5X + e \dots\dots\dots(5)$$

$$Y_4 = a_6 + b_6X + e \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan :

$$Y_{1a} \quad = \text{ROA 2007}$$

$$Y_{1b} \quad = \text{NPM 2007}$$

$$Y_{2a} \quad = \text{ROA 2008}$$

$$Y_{2b} \quad = \text{NPM 2008}$$

$$Y_3 \quad = \text{PER 2007}$$

$$Y_4 \quad = \text{PER 2008}$$

X = Pengungkapan CSR
 $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6$ = besar pengaruh
 $a_1, a_2, a_3, a_4, a_5, a_6$ = Nilai konstan
 e = error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang listing di BEI dan yang terdaftar dalam ICMD serta melaporkan dan mempublikasikan laporan tahunannya periode 2007 dan 2008. Perusahaan yang sudah dikelompokkan menjadi kelompok-kelompok industri dalam ICMD diambil sampel minimal satu perusahaan dari tiap industri.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR, profitabilitas perusahaan yang diukur menggunakan ROA dan NPM, dan Nilai perusahaan yang diukur menggunakan PER.

Statistik deskriptif dari variabel-variabel tersebut ditunjukkan dalam tabel berikut :

Tabel 3. Descriptive Statistics

| | N | Mean | Std. Deviation | Minimum | Maximum |
|--------|----|-----------|----------------|----------|-----------|
| CSR | 68 | ,392712 | ,1657631 | ,0704 | ,8205 |
| ROA_07 | 68 | ,041000 | ,0752877 | -,3300 | ,3800 |
| NPM_07 | 68 | ,167528 | ,6031342 | -2,1200 | 3,8800 |
| PER_07 | 68 | 23,545588 | 32,8305674 | -92,1300 | 133,6000 |
| ROA_08 | 68 | ,025015 | ,0679948 | -,3500 | ,1700 |
| NPM_08 | 68 | -,201876 | 2,2922311 | -18,8000 | ,4300 |
| PER_08 | 68 | 45,597471 | 191,3671577 | -18,8000 | 1250,0000 |

Sumber : Output SPSS, 2010

Berdasarkan statistik deskriptif diatas, dapat dilihat rata-rata ROA, NPM, dan PER pada tahun 2007 masing-masing sebesar 0.041, 0.167528, 23.545588, sedangkan rata-rata untuk ROA, NPM, dan PER pada tahun 2008 masing-masing sebesar 0.025015, -0.201876, 45.597471. Rata-rata ROA dan NPM dari 68 perusahaan yang dijadikan sampel menunjukkan penurunan dibanding tahun 2007, sedangkan PER mengalami kenaikan dibanding tahun 2007.

Untuk rata-rata indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menggunakan sampel 68 perusahaan pada tahun 2007 sebesar 0.392712 atau 39,27%. Hasil penelitian ini sedikit lebih tinggi daripada hasil Apridita (2009)

dengan menggunakan sampel tahun 2006 sebanyak 65 perusahaan yaitu sebesar 0.2545 atau 25.45%. Hal ini menunjukkan kesadaran perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya semakin meningkat dari tahun sebelumnya.

Dari hasil penelitian penulis juga menemukan variasi praktek pengungkapan tanggung jawab sosial antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain. Hal ini dapat dilihat dari perusahaan yang memiliki indeks pengungkapan yang tinggi, sementara ada perusahaan yang memiliki indeks pengungkapan yang rendah. Tabel diatas memperlihatkan bahwa indeks pengungkapan tertinggi sebesar 0.8205 dan 0.0704 untuk yang terendah. Variasi diatas diindikasikan karena pemilihan sampel yang acak tidak membedakan antara perusahaan yang *high profile* maupun *low profile*. (Khodziah, 2006 dalam Mirfazli dan Nurdiono, 2007)

Sedangkan menurut 78 item yang dikelompokkan menjadi 7 kelompok yaitu item lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Menurut rentang skor antara 0-1 kelompok umum memiliki skor tertinggi yaitu 0.617647 diikuti kesehatan dan keselamatan tenaga kerja skor 0.433824, keterlibatan masyarakat skor 0.380719, lain-lain tentang tenaga kerja skor 0.359533, produk skor 0.35, lingkungan 0,270362, dan energi dengan item pengungkapan terendah sebesar 0.216387. Hal ini mengindikasikan perusahaan-perusahaan condong mengungkapkan tanggung jawab sosialnya pada item umum dan mengungkapkan item diluar keenam kelompok lainnya.

Tabel 4. Proporsi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

| Jenis Industri | Rata-Rata indeks CSR disclosure | Prosentase |
|--|---------------------------------|------------|
| <i>Agriculture, Forestry and Fishing</i> | 0,4384 | 43,84% |
| <i>Animal feed and Husbandry</i> | 0,4384 | 43,84% |
| <i>Mining and Mining Services</i> | 0,4744 | 47,44% |
| <i>Constructions</i> | 0,3028 | 30,28% |
| <i>Manufacturing</i> | 0,658133 | 65,81% |
| <i>Transportation Services</i> | 0,407575 | 40,75% |
| <i>Telecommunication</i> | 0,6094 | 60,94% |
| <i>Whole Sale and Retail Trade</i> | 0,47761 | 47,76% |
| <i>Banking, Credit Agencies Other Than Bank, Securities, Insurance and Real Estate</i> | 0,337862 | 33,78% |
| <i>Hotel and Travel Services</i> | 0,308466 | 30,85% |
| <i>Holding and Other Investment Companies</i> | 0,359 | 35,9% |
| <i>Others</i> | 0,329066 | 32,91% |

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2010

Dari Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa praktek pengungkapan tanggung jawab sosial paling tinggi diterapkan oleh industri Manufaktur dan paling rendah diterapkan oleh industri konstruksi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menghasilkan limbah rumah tangga lebih tanggap dalam menerapkan tanggung jawab sosialnya.

Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan pada variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, baik variabel dependen maupun independen. Hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi α (0,05) adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Pengujian Normalitas

| | | One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | | | | | |
|----------------------------------|----------------|------------------------------------|---------|----------|---------|----------|----------|---------|
| | | CSR | ROA_07 | NPM_07 | PER_07 | ROA_08 | NPM_08 | PER_08 |
| N | | 68 | 68 | 68 | 68 | 68 | 68 | 68 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,392712 | ,041000 | ,167528 | 23,5456 | ,025015 | -,201876 | 45,5975 |
| | Std. Deviation | ,165763 | ,075288 | ,6031342 | 32,8306 | ,0679948 | 2,29223 | 191,367 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,106 | ,267 | ,318 | ,209 | ,244 | ,468 | ,415 |
| | Positive | ,106 | ,151 | ,314 | ,195 | ,163 | ,391 | ,415 |
| | Negative | -,056 | -,267 | -,318 | -,209 | -,244 | -,468 | -,368 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,872 | 2,200 | 2,621 | 1,725 | 2,015 | 3,855 | 3,420 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,432 | ,000 | ,000 | ,005 | ,001 | ,000 | ,000 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Output SPSS, 2010

Hasil uji normalitas pada 68 sampel ditemukan hasil $0.432 > 0.05$ untuk variabel CSR yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Sedangkan variabel lainnya yaitu variabel ROA 07, NPM 07, PER 07, ROA 08, NPM 08, dan PER 08 hasilnya < 0.05 yang artinya data tidak berdistribusi normal. Data berdistribusi normal merupakan syarat mutlak untuk dilakukan uji selanjutnya yaitu uji regresi sederhana oleh sebab itu untuk membuat data menjadi normal ditempuh cara mengeluarkan data ekstrim sebagai penyebab tidak normalnya data. Untuk itu dilakukan uji outlier yaitu dengan mengubah nilai data semula menjadi data dalam bentuk nilai z (standarisasi data). Menurut Santoso (2002) dalam Yunike (2009) bahwa jika sebuah data outlier maka nilai z yang didapat lebih besar dari angka +2.5 atau lebih kecil dari angka -2.5 yang berarti data tidak normal. Dari hasil outlier ditemukan 16 data yang mempunyai rasio yang ekstrim yaitu data perusahaan: PT. Darma Henwa, PT. Fast Food Indonesia, PT. United Tractor, PT. Excelcomindo Pratama, PT. Ace Hardware Indonesia, PT. Nusantara Infrastructure, PT. Rimo Catur

Lestari, PT.Bank Eksekutif International, PT.Duta Kirana Finance, PT.Pacific Utama, PT.Maskapai Reasuransi Indonesia, PT.Asuransi Harta Aman Pratama, PT.Kawasan Industri Jababeka, PT.Pusako Tarinka, PT.Centrin Online, dan PT.Dyviacom. Dengan demikian ke-16 perusahaan diatas tidak diikutsertakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 6. Hasil Pengujian Normalitas Data Akhir

| | | CSR | ROA_07 | NPM_07 | PER_07 | ROA_08 | NPM_08 | PER_08 |
|--------------------------|----------------|---------|---------|---------|----------|---------|---------|----------|
| N | | 52 | 52 | 52 | 52 | 52 | 52 | 52 |
| Normal Parameters(a,b) | Mean | 0,38825 | 0,03917 | 0,12986 | 17,38923 | 0,03236 | 0,09325 | 11,70150 |
| | Std. Deviation | 0,16130 | 0,03921 | 0,15128 | 14,33126 | 0,03190 | 0,11145 | 13,85683 |
| Most Extreme Differences | Absolute | 0,108 | 0,171 | 0,140 | 0,185 | 0,165 | 0,167 | 0,174 |
| | Positive | 0,108 | 0,103 | 0,109 | 0,185 | 0,165 | 0,167 | 0,172 |
| | Negative | -0,064 | -0,171 | -0,140 | -0,130 | -0,114 | -0,157 | -0,174 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 0,781 | 1,231 | 1,007 | 1,337 | 1,191 | 1,203 | 1,256 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | 0,576 | 0,096 | 0,262 | 0,056 | 0,117 | 0,111 | 0,085 |

- a. Test distribution is Normal
- b. Calculated from data

Sumber : Output SPSS, 2010

Setelah data perusahaan-perusahaan yang memiliki rasio ekstrem diperoleh hasil berurutan dari variabel-variabel sebagai berikut CSR, ROA 07, NPM 07, PER 07, ROA 08, NPM 08, dan PER 08 dengan nilai masing-masing 0.576, 0.096, 0.262, 0.056, 0.117, 0.111, 0.085. Semua hasil sig. diatas 0.05 yang berarti data telah berdistribusi normal.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang ada diuji menggunakan alat analisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam tiap hipotesis hanya dibangun oleh satu variabel independen maka alat analisis yang digunakan adalah regresi sederhana. Hasil pengujian regresi dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Pengujian Regresi

| Variabel Dependen | Nilai Konstan | Unstandardized Coefficients | | | Keputusan Hipotesis |
|----------------------|------------------|--------------------------------|--------|-------|------------------------|
| | | B | t | Sig. | |
| ROA_07 | 0,011 | 0,072 | 2,183 | 0,034 | Diterima |
| NPM_07 | 0,155 | -0,066 | -0,498 | 0,621 | Ditolak |
| PER_07 | 14,845 | 6,553 | 0,523 | 0,603 | Ditolak |

| Variabel Dependen | Nilai Konstan | Unstandardized Coefficients | | | Keputusan Hipotesis |
|----------------------|------------------|--------------------------------|--------|-------|------------------------|
| | | B | t | Sig. | |
| ROA_08 | -0,001 | 0,086 | 3,398 | 0,001 | Diterima |
| NPM_08 | 0,094 | -0,003 | -0,028 | 0,978 | Ditolak |
| PER_08 | 12,83 | -2,907 | -0,239 | 0,812 | Ditolak |

Sumber : Output SPSS, 2010

Dari hasil analisis regresi sederhana menunjukkan persamaan :

$$Y = 0,011 + 0,072x + e \dots\dots\dots (7)$$

$$Y = 0,155 - 0,066x + e \dots\dots\dots (8)$$

$$Y = 14,845 + 6,553x + e \dots\dots\dots (9)$$

$$Y = -0,001 + 0,086x + e \dots\dots\dots (10)$$

$$Y = 0,094 - 0,003x + e \dots\dots\dots (11)$$

$$Y = 12,83 - 2,907x + e \dots\dots\dots (12)$$

Persamaan dengan variabel dependen ROA 07 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap nol atau tidak mengungkapkan CSR maka tingkat profitabilitas atau ROA sebesar 0,011. Probabilitas menunjukkan nilai $0,034 < \alpha (0,05)$ maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan menerima H_{a1a} artinya ada pengaruh yang signifikan antara pengungkapan CSR 07 terhadap profitabilitas (ROA 07) di tahun yang sama diungkapkannya CSR tersebut.

Persamaan dengan variabel dependen NPM 07 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap nol atau tidak mengungkapkan CSR maka tingkat profitabilitas yang diukur dengan rasio NPM bernilai 0,155. Probabilitas menunjukkan nilai $0,621 > \alpha (0,05)$ maka dapat disimpulkan H_0 diterima artinya hipotesis alternatif yang telah dibangun sebelumnya ditolak (H_{a1b}). Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan pengungkapan CSR 07 terhadap profitabilitas (NPM 07).

Persamaan dengan variabel dependen PER 07 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap nol atau tidak mengungkapkan satu pun item pengungkapan CSR maka nilai perusahaan yang diukur dengan rasio (PER 07) bernilai 14,84. Probabilitas menunjukkan nilai $0,603 > \alpha (0,05)$ maka dapat ditarik kesimpulan H_0 diterima artinya hipotesis alternatif yang telah dibangun sebelumnya ditolak (H_{a3}). Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan pengungkapan CSR 07 terhadap nilai perusahaan tahun yang sama saat diungkapkannya CSR.

Persamaan dengan variabel dependen ROA 08 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap nol atau tidak mengungkapkan CSR maka profitabilitas perusahaan tahun 2008 (ROA 08) satu tahun setelah diungkapkannya CSR akan bernilai -0,001. Artinya perusahaan mengalami kerugian jika perusahaan tidak mengungkapkan CSR. Probabilitas menunjukkan nilai $0,001 < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak dan menerima H_{a2a} . Terbukti pengungkapan CSR 07 berpengaruh terhadap ROA 08.

Persamaan dengan variabel dependen NPM 08 menyatakan bahwa jika variabel independen diasumsikan nol atau tidak mengungkapkan CSR maka profitabilitas perusahaan tahun 2008 yang diukur dengan (NPM 08) satu tahun setelah diungkapkannya CSR akan bernilai 0,094. Probabilitas menunjukkan nilai $0,978 > \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan menolak H_{a2b} . Artinya pengungkapan CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur dengan NPM satu tahun setelah diungkapkannya CSR.

Persamaan dengan variabel dependen PER 08 menyatakan bahwa jika variabel independen diasumsikan nol atau tidak mengungkapkan CSR maka nilai perusahaan satu tahun setelah diungkapkannya CSR yaitu tahun 2008 yang diukur dengan PER 08 akan bernilai 12,83. Probabilitas menunjukkan nilai 0,812 maka H_0 diterima, yang artinya pengungkapan CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan (PER 08) satu tahun setelah diungkapkannya CSR.

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. (Ghozali, 2005: 83). Terdapat patokan untuk menilai kekuatan hubungan antara dua variabel yang diungkapkan oleh (Ihalauw, 2004) sebagai berikut:

- 0.00 – 0.20 = tidak ada korelasi
- 0.21 – 0.40 = korelasi lemah
- 0.41 – 0.60 = korelasi sedang
- 0.61 – 0.80 = korelasi kuat
- 0.81 – 1.00 = korelasi sangat kuat

Tabel 8. Model Summary Analisis Regresi

| Variabel Dependen | R | Koefisien Determinasi (R^2) |
|----------------------|-------|---------------------------------------|
| ROA_07 | 0,295 | 0,087 |
| NPM_07 | 0,07 | 0,005 |
| PER_07 | 0,074 | 0,005 |
| ROA_08 | 0,433 | 0,188 |
| NPM_08 | 0,004 | 0 |
| PER_08 | 0,034 | 0,001 |

Sumber : Output SPSS, 2010

Nilai R sebesar 0,295 menunjukkan adanya korelasi antara variabel pengungkapan CSR 07 dan ROA 07 dengan korelasi lemah. Nilai R Square sebesar 0,087 atau 8,7% menjelaskan bahwa pengungkapan CSR 07 hanya menjelaskan

sebesar 8,7% variasi variabel ROA 07 sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai R sebesar 0,07 menunjukkan tidak adanya korelasi antara variabel pengungkapan CSR 07 dengan NPM 07. Nilai R *Square* sebesar 0,005 atau 0,5% menjelaskan bahwa pengungkapan CSR 07 hanya menjelaskan sebesar 0,5% variasi variabel NPM 07 sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai R sebesar 0,074 menunjukkan tidak adanya korelasi antara variabel pengungkapan CSR 07 dengan PER 07. Nilai R *Square* sebesar 0,005 atau 0,5% menjelaskan bahwa pengungkapan CSR 07 hanya menjelaskan sebesar 0,5% variasi variabel PER 07 sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai R sebesar 0,433 menunjukkan adanya korelasi sedang antara variabel pengungkapan CSR 07 dengan ROA 08. Nilai R *Square* sebesar 0,188 atau 18,8% menjelaskan bahwa pengungkapan CSR 07 hanya menjelaskan sebesar 18,8% variasi variabel ROA 08 sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai R sebesar 0,004 menunjukkan tidak adanya korelasi antara variabel pengungkapan CSR 07 dengan NPM 08. Nilai R *Square* sebesar 0, menjelaskan pengungkapan CSR 07 tidak dapat menjelaskan sama sekali variasi variabel NPM 08.

Nilai R sebesar 0,034 menunjukkan tidak adanya korelasi antara variabel pengungkapan CSR 07 dengan PER 08. Nilai R *Square* sebesar 0,001 menjelaskan bahwa pengungkapan CSR 07 hanya menjelaskan sebesar 0,1% variasi variabel PER 08 sedangkan sisanya sebesar 99,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil analisis pengaruh pengungkapan CSR terhadap profitabilitas ditemukan hasil yang tidak konsisten antara kedua rasio profitabilitas yaitu ROA dan NPM. Untuk pengaruh pengungkapan CSR terhadap ROA tahun yang sama saat diungkapkannya maupun ROA satu tahun setelah pengungkapan CSR ditemukan hasil yang sesuai dengan penelitian Hastanti (2008) dan Wintananda (2008). Sedangkan untuk profitabilitas lain yaitu CSR terhadap rasio NPM di tahun yang sama dan satu tahun setelah pengungkapan ditemukan tidak adanya pengaruh yang hasilnya tidak sesuai dengan penelitian Wintananda (2008) namun sesuai dengan penelitian Sarumpaet (2005) yang menemukan tidak adanya hubungan antara *environmental performance* dan *financial performance*, Nugrahanti (2010) pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan Apridita (2009) bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap NPM. Tidak adanya pengaruh CSR terhadap NPM diasumsikan terjadi karena NPM belum bisa mewakili secara tepat profitabilitas perusahaan tapi NPM biasa digunakan untuk mengukur seberapa baik operasi perusahaan. Semakin tinggi nilai NPM, maka semakin baik operasi

perusahaan. Dari sudut pandang data hal ini bisa terjadi disebabkan banyak perusahaan yang memiliki indeks pengungkapan CSR yang tinggi namun memperoleh NPM yang rendah seperti PT.Total Bangun Persada tapi adapula perusahaan yang mempunyai kondisi sejalan dengan indeks pengungkapan yang rendah mempunyai NPM yang rendah pula seperti PT. Bhakti Investama yang mempunyai nilai CSR sebesar 0.254 dengan nilai NPM 07 0.14 dan NPM 08 -0.06, indikasi data yang bertolak belakang membuat hasil menolak Hipotesis.

Untuk pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan baik tahun yang sama saat diungkapkannya maupun satu tahun setelahnya ditemukan hasil yang menolak hipotesis ke 3 dan 4. Hal ini mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan PER. Hasil bertolak belakang dengan penelitian Hastanti (2008), Wintananda (2008) dan Fischer *et al* (2009) namun sesuai dengan penelitian Dahlia dan Siregar (2008) CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan atau nilai perusahaan di pasar yang diukur dengan CAR (*Cumulative Abnormal Return*). Hasil yang tidak sejalan dengan penelitian Hastanti (2008) yang menggunakan 58 sampel namun berasal dari 1 industri yakni manufaktur berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan sampel beberapa perusahaan di tiap industri yang ada dalam bursa, perbedaan diatas diindikasikan menjadi salah satu penyebab tidak adanya pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan yang diungkapkan dengan rasio PER.

Diungkapkan oleh Fischer *et al* (2009) P/E ratio (*reflecting the long-term effects of CSR*) penelitian yang hanya mengambil data 2 tahun belum mencukupi menjadi landasan dalam melihat efek pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan hal ini menjadi salah satu penyebab hipotesis 3 dan 4 ditolak.

Penyebab lain CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan mungkin disebabkan oleh karena nilai perusahaan berkaitan dengan nilai saham di pasaran, saham merupakan instrument keuangan yang sensitif terhadap perubahan, berita dan kejadian di pasar sekunder tempat saham tersebut beredar jadi pengungkapan CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham yang terkait dengan PER.

Secara keseluruhan dalam hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dengan semakin baiknya perusahaan dalam menerapkan tanggung jawab sosialnya tidak akan memberikan pengaruh yang negatif bagi perusahaan. Salah satu pengaruh positif yang diperoleh dari hasil penelitian ini penerapan pengungkapan tanggung jawab sosial akan berpengaruh terhadap ROA perusahaan yang secara langsung meningkatkan profitabilitas perusahaan namun untuk meningkatkan nilai perusahaan perlu dilakukan hal lain diluar mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini ditarik kesimpulan bahwa hampir seluruh perusahaan yang terdaftar di bursa telah mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam satu bagian kecil dalam laporan tahunan yang merupakan syarat semua perusahaan yang listing untuk menerbitkannya tiap tahun. Pengungkapan yang ada bervariasi dikarenakan sampel yang terdiri dari bermacam-macam industri yang ada. Dari ke 12 industri yang ada indeks pengungkapan CSR paling tinggi dilakukan oleh perusahaan yang terdaftar dalam industri manufaktur. Sedangkan item pengungkapan CSR paling banyak dilakukan perusahaan pada bagian umum kemudian diikuti item Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja, Keterlibatan Masyarakat, Lain-lain tentang tenaga kerja, Produk, Lingkungan, Energi.

Hasil akhir yang menjelaskan bahwa tidak adanya pengaruh pengungkapan CSR terhadap NPM maupun PER perusahaan dan hanya mempengaruhi ROA saja menjelaskan pengungkapan CSR mendapat proporsi yang kecil untuk variasi yang menjelaskan profitabilitas dan nilai perusahaan. Jadi untuk meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan, tindakan lain diluar pengungkapan CSR cenderung akan lebih banyak dilakukan perusahaan.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah terlalu luas dan bervariasinya penjelasan yang menggambarkan pengungkapan CSR sehingga butuh pemahaman lebih untuk mengklasifikasikannya menjadi 78 item pengungkapan dan terlalu kuatnya unsur subyektifitas. Keterbatasan lain yang ditimbulkan dalam penelitian ini adalah tidak memasukkan variabel kontrol seperti ukuran perusahaan yang menurut Nugrahanti, 2010 *size* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Saran

Dalam penelitian ke depan sebaiknya variabel seperti ukuran perusahaan, dimasukkan sebagai variabel kontrol atau moderating yang dapat membuat hasil penelitian lebih akurat. Untuk mengatasi subyektifitas baiknya penelitian menggunakan data pengungkapan CSR yang berupa bentuk nominal atau jumlah yang diukur dengan satuan yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Apridita, Nurina. 2009. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana (tidak dipublikasikan).
- Ballantine, Jonathan. 2009. Bagaimana put a value on your CSR report memberikan nilai pada laporan CSR Anda. *Business Green, March 2009*.
- Budhiarta, Iwan. 2007. Menguak Benang Merah *Corporate Social Responsibility* dan Pemasaran Sosial di Indonesia. <http://www.google.com>. Diakses tanggal 28 Desember 2009.
- Clark, G. F. dan T. Hebb. 2005. *Why Should They Care? The Role of Institutional Investors in The Market for Corporate Global Responsibility. Environment and Planning A*, volume 37, May 2005, pages 2015 – 2031. *Center for the environment Oxford University*.
- Chariri, Anis dan Nugroho, Firman.A. 2009. Retorika dalam Pelaporan *Corporate Social Responsibility: Analisis Semiotik atas Sustainability Reporting PT. Aneka Tambang Tbk*. Jurnal disajikan pada Simposium Nasional Akuntansi XII, Palembang.
- Dahlia, Lely dan Siregar, Sylvia.V. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan. Jurnal disajikan dalam Simposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak.
- Dai, A. N. dan Tangguh. 2009. CSR dalam Konteks Hubungan Tripartit: Analisis terhadap Studi Kasus PT. Riau Andalan Pulp and Paper dan PT. Lapindo Brantas (2002-2009). Karya tulis disusun untuk ikut serta dalam Lomba Ilmiah Mahasiswa Sosial Politik Universitas Indonesia.
- Fischer, C.M. dan Fischer, M. J. 2009. *Earnings Management and Corporate Social Responsibility: An in-Class Exercise to Illustrate The Short-Term and Long-Term Consequences*.[http://www.emeraldinsight.com/10.1108/S1085-4622\(2009\)0000010003](http://www.emeraldinsight.com/10.1108/S1085-4622(2009)0000010003).
- Hastanti, Rahayu A. 2008. Analisis Hubungan Antara Pengungkapan Laporan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) terhadap Kinerja dan Nilai Perusahaan. Skripsi program S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjahmada.
- Ihalauw, John JOI. 2004. Bangunan Teori, FE UKSW, Salatiga.
- Kholid, Abdul. 2006, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Price Earning Ratio* Saham-saham Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. <http://rac.uui.ac.id/server/document/Public/2008061002185901312563.pdf>. 21 Agustus 2009.
- Leunupun, Pieter. Profitabilitas Ekuitas dan Beberapa Faktor yang Mempengaruhinya (Studi pada Beberapa KUD di Kota Ambon). Jurnal

- Akuntansi dan Keuangan, Vol. 5, No. 2, November 2003. Hal. 133-149. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Mangoting, Yenni. 2007. Biaya Tanggung Jawab Sosial sebagai *Tax and Benefit*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol.9, No.1, Mei 2007. Hal: 35-42. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Masnila, Nelly. 2006. *Corporate Social Responsibility* : Sebuah Pandangan dari Sudut Akuntansi. Fakultas Ekonomi Politeknik Negeri Sriwijaya. Palembang
- Mirfazli, Edwin dan Nurdiono. Evaluasi Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan dalam Kelompok Aneka Industri yang Go Public di BEJ. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol.12. No.1. Januari 2007. Hal. 01-11. Bandarlampung.
- Natalisa, Adventina. 2009. Pengaruh Tingkat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di BEI tahun 2006). Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana (tidak dipublikasikan).
- Nugrahanti, Yeterina, W. 2010. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Disclosure* terhadap Kinerja Perusahaan. Dipresentasikan dalam Seminar dan Konferensi Nasional “Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan menuju Ketahanan Ekonomi dan Bisnis” 25-26 Mei 2010. Unika Atmajaya Jakarta.
- Orlitzky, March, Schmidt F. L., and Rynes S. L. 2003. *Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis*. *Organization Studies* 24(3). www.sagepublications.com.
- Pikir, T. W. 2006. Perbedaan Kinerja Bank Sebelum Dan Sesudah *Fit and Proper Test*. www.widyamandala.com
- Pranata, Yudha. 2007. Pengaruh Penerapan *Corporate Governance* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Prasetyo, Sony Bagus. 2009. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Laporan Tahunan Terpublikasi pada Perusahaan Pemenang CSR Award 2005. Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negri Malang.
- Sartono, Agus. 2001. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi : Edisi Keempat, BPFE, Yogyakarta.
- Sarumpaet, Susi. 2005. The Relationship Between Environmental Performance and Financial Performan of Indonesian Companies. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 7, No.2, November 2005. Hal: 89-98. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Sayekti, Yosefa dan Ludovicus Sensi Wondabio. 2007. Pengaruh CSR *Disclosure* Terhadap *Earning Response Coefficient* (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta). Makalah dipresentasikan dalam Simposium Nasional Akuntansi X, Unhas Makassar.

- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta. Simposium Nasional Akuntansi VIII, 2005.
- Suharto, Edi. 2008. *Corporate Social Responsibility: What is and Benefits for Corporate*. Disampaikan pada Seminar dua hari CSR (*Corporate Social Responsibility*): *Strategy, Management and Leadership*, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta 13 – 14 Febuari 2008.
- Susi. 2005. *The Relationship Between Environmental Performance and Financial Performance Amongst Indonesian Companies*. Makalah dipresentasikan dalam Simposium Nasional Akuntansi VIII, Solo.
- Sutarto, 2009. *Good Corporate Governance (GCG) : Corporate Social Responsibility (CSR) dan Pemberdayaan UMKM*. 20 April 2009.
- Uni, Ayuk, P. 2006. Pengaruh Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Alat Ukur *Return on Assets (ROA)* dan *Return on Equity (ROE)* terhadap *Return Saham* pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta. Skripsi Program S1 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negri Semarang.
- Widayanti, Rita. dkk, 2006. Manajemen Keuangan , Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
- Wintananda, Oktadiaz. 2008. Analisis Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja dan Nilai Perusahaan. Skripsi program S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjahmada.
- Yuniasih, Ni Wayan dan Wirakusuma, Made, Gede. 2008. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai variabel pemoderisasi. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Yunike, Swetiana. 2009. Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap Pertumbuhan Laba Usaha. Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana (tidak dipublikasikan).
- <http://.www.jurnalskripsi.com>. Diakses tanggal 25 September 2009.
- <http://info-csr.blogspot.com>. Diakses tanggal 10 November 2009