

**ANALISIS PENGARUH PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
TERHADAP PERBEDAAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN
(Studi pada PT Timah (Persero) Tbk)**

Indah Wahyuningtyas
indahtyas49@gmail.com
Universitas Negeri Surabaya

ABSTRACT

This purpose of research was to determine the company's ability to generate profitability before disclosure Corporate Social Responsibility (CSR) and after disclosure the Corporate Social Responsibility (CSR) in PT Timah (Persero) Tbk. This research uses ROA as a measure of profitability ratios. The sample uses financial statement of PT Timah (Persero) Tbk before disclosure CSR in 2001-2006 and after disclosure CSR in 2007-2012. Method data collection who used in this research is secondary data, which obtained form official website company's. Method data analysis who used statistical test descriptive and Paired Sample T-Test. The result of Paired Sample T-Test on table Paired Samples Test give the p-value Sig.(2-tailed) of profitability is 0,42 and probability 0,05 (p-value Sig(2-tailed) < probability), it shows that Corporate Profitability have differences before and after disclosure Corporate Social Responsibility (CSR) is applied in PT Timah (Persero) Tbk. the differences of Profitability is 13,38%, which before disclosure Corporate Social Responsibility is 3,22% and after disclosure Corporate Social Responsibility is 17,01%.

Keywords: Profitability, Return on Asset, CSR

PENDAHULUAN

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) setelah adanya peraturan dari Pemerintah bukan lagi menjadi kegiatan sukarela yang harus dilakukan perusahaan. Sesuai dengan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pasal 74 ayat 1 "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan". CSR menjadi kegiatan

yang wajib dilakukan oleh perusahaan dalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR), muncul sebagai akibat adanya kenyataan bahwa pada dasarnya karakter alami dari setiap perusahaan adalah mencari keuntungan semaksimal mungkin tanpa memperdulikan kesejahteraan karyawan, masyarakat dan lingkungan alam (Hariyani: 2011).

Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability report* memiliki defisini yang beragam, menurut Elkington (1997) *sustainability* berarti laporan yang memuat tidak saja informasi kinerja keuangan tetapi juga informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan bisa bertumbuh secara berkesinambungan (*sustainable performance*). Pelaporan *sustainability* akan menjadi perhatian utama dalam pelaporan nonkeuangan, pelaporan ini memuat empat kategori utama yaitu *business landscape*, strategi, kompetensi, serta sumber daya dan kinerja (Falk: 2007).

PT Timah (Persero) Tbk merupakan salah satu perusahaan yang telah mengungkapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada *sustainability reporting* selama \pm 8 tahun. Pada tahun 1999 PT Timah (Persero) Tbk sebenarnya telah melakukan program CSR namun belum membuat *report* mengenai CSR serta belum memiliki unit CSR tersendiri. PT Timah (Persero) Tbk mengungkapkan program CSR pada laporan berkelanjutan (*sustainability report*) pertama kali pada tahun 2007. Selama 8 tahun pengungkapan program CSR, PT Timah telah memperoleh 5 penghargaan dari ISRA sebagai Best CSR Report on

Annual Report 2013, Best Integrated Reporting 2011, Indonesia Sustainability Reporting Award 2010, Commendation For First Time Integrated Reporting dan Best Sustainability Reporting on Website 2010.

PT Timah (Persero) Tbk berhasil mendapatkan beberapa penghargaan dari ISRA karena laporan berkelanjutan yang disajikan telah sesuai dengan standar *Global Reporting Intitative* (GRI). GRI menyebutkan bahwa laporan berkelanjutan yang memenuhi standar harus menampilkan 79 item GRI. Indikator kinerja yang harus ditampilkan terbagi menjadi tiga yaitu indikator kinerja ekonomi dengan 9 item, indikator kinerja lingkungan dengan 30 item, dan indikator kinerja sosial dengan 40 item. Standar dari GRI digunakan penulis sebagai dasar untuk melakukan analisis mengenai perubahan *profitabilitas* PT Timah (Persero) Tbk setelah melakukan pengungkapan CSR.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan pada umumnya akan berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Walaupun akan menambah biaya bagi perusahaan, namun pasti akan timbul suatu citra perusahaan di mata masyarakat, yang secara tidak langsung akan menarik masyarakat untuk menggunakan produk perusahaan tersebut, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. (Almar, Rachmawati dan Murni: 2012)

Tabel 1 Trend *Profitabilitas* PT Timah (Persero) Tbk

Tahun	Sebelum Pengungkapan CSR (Rp)	Tahun	Setelah Pengungkapan CSR (Rp)
	Dalam jutaan rupiah		Dalam jutaan rupiah
2001	36.800	2007	1.784.592
2002	13.431	2008	1.342.358

2003	76.372	2009	313.751
2004	64.796	2010	947.936
2005	107.499	2011	896.806
2006	208.147	2012	431.588

Sumber: Diolah Penulis

Tabel 1 diatas, menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada laba bersih PT Timah (Persero) Tbk setelah melakukan pengungkapan CSR pada laporan berkelanjutan. Laba bersih pada tahun 2006 hanya sebesar Rp 208,1 miliar,- sedangkan setelah pengungkapan laba bersih PT Timah (Persero) Tbk meningkat sebesar 757,57%. Laba bersih perusahaan pada tahun 2007 menjadi Rp 1.784 triliun. Peningkatan yang signifikan terhadap laba bersih perusahaan tersebut menjadikan alasan peneliti untuk menjadikan PT Timah (Persero) Tbk menjadi objek penelitian.

Pembahasan diatas menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kepedulian yang tinggi terhadap kepedulian sosial yang dilakukan perusahaan. Hal ini dapat berpengaruh terhadap *profit* yang di dapat oleh perusahaan. Apabila perusahaan tidak memperhatikan kepentingan masyarakat dan lingkungannya, maka masyarakat pun tidak akan memberikan dukungannya terhadap perusahaan tersebut. Keberhasilan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan dapat di ukur melalui *profit* yang diperoleh oleh perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari kegiatan bisnis yang dilakukannya. *Profitabilitas* mencakup seluruh pendapatan dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan sebagai penggunaan aset dan pasiva dalam suatu periode. *Profitabilitas* dapat digunakan sebagai informasi bagi pemegang saham untuk melihat keuntungan yang benar-benar diterima dalam

bentuk dividen. Investor menggunakan *profitabilitas* untuk memprediksi seberapa besar perubahan nilai atas saham yang dimiliki. Kreditor menggunakan *profitabilitas* untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar pokok dan bunga pinjaman bagi kreditor.

Hal ini menjadi menarik untuk diteliti, agar dapat diketahui bagaimana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (*profitabilitas*) sebelum melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan sesudah melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perhitungan rasio *profitabilitas* diukur dengan menggunakan rumus ROA (*Return on Assets*), maka penulis melakukan penelitian ini dengan judul: “Analisis Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Profitabilitas* Perusahaan (Studi pada PT Timah (Persero) Tbk)”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis mencoba untuk mengidentifikasi permasalahan sebagai bahan yang diteliti dan dianalisis sebagai berikut:

“Apakah terdapat perbedaan *profitabilitas* perusahaan sebelum dan sesudah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)”.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang diteliti maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui perbedaan *profitabilitas* perusahaan sebelum pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan sesudah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT Timah (Persero) Tbk.

KAJIAN PUSTAKA

Peraturan Pemerintah

Kewajiban pengungkapan CSR di Indonesia telah diatur dalam beberapa regulasi, antara lain:

1. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT).
2. Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP 47/2012).
3. Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU 25/2007).
4. Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UU 32/2009).
5. Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. PER-05/MBU/2007 Tahun 2007 tentang Program Bina Lingkungan.
6. Pernyataan Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) yang menyarankan kepada perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab mengenai sosial dan lingkungan.

Teori Stakeholder

Konsep tanggung jawab sosial pada dasarnya sudah mulai dikenal sejak awal tahun 1970an, secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* yang memiliki arti sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk kontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha. (Freeman, et al. 2002 dalam Waryanti, 2009)

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih luas lagi 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. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan. (Kusumadilaga, Rimba. 2010)

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Menurut Rahayu (2010) teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor, kreditor). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan

memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang.

Teori sinyal mengemukakan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan dan non keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen untuk merealisasikan pemilik yaitu memaksimalkan keuntungan mereka. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari perusahaan lain. Pengungkapan CSR dapat digunakan manajemen untuk menunjukkan kepada pemegang saham atau para investor bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari perusahaan lain. Pengungkapan CSR dapat digunakan manajemen untuk menunjukkan kepada pemegang saham atau para investor bahwa perusahaan lebih baik dari perusahaan lain karena bertanggungjawab terhadap seluruh dampak dari aktifitas perusahaan. Berdasarkan teori sinyal kegiatan sosial dan lingkungan memberikan informasi kepada investor tentang prospek return masa depan yang substansial. Pengungkapan CSR yang tepat dan sesuai harapan *stakeholder* sebagai sinyal berupa *goodnews* yang diberikan oleh pihak manajemen kepada publik bahwa perusahaan memiliki prospek bagus di masa depan dan memastikan terciptanya *sustainability development*. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan melalui peningkatan harga saham. (Zulfa, 2012)

Corporate Social Responsibility (CSR)

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Kusumadilaga, 2010).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Profitabilitas

Menurut Munawir (2002: 33) dalam Hariyani (2011) pengertian dari *profitabilitas* adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dan sejauh mana keefektifan pengelolaan perusahaan. Karena alasan keberadaan suatu perusahaan adalah untuk mendapatkan laba, rasio *profitabilitas* merupakan salah satu rasio keuangan yang paling signifikan. *Profitabilitas* merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Secara garis besar, laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan (Ardi Murdoko & Lana, 2007 dalam Hariyani 2011)

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Agus Sartano, 2001). Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis *profitabilitas* ini, misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen.

Pengukuran Rasio *Profitabilitas*

Van Horne dan Wachowicz (2005:222) mengemukakan rasio *profitabilitas* terdiri dari dua jenis, yaitu rasio yang menunjukkan *profitabilitas* dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan *profitabilitas* dalam kaitannya dengan investasi. *Profitabilitas* dalam kaitannya dengan penjualan terdiri atas Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*) dan Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*). *Profitabilitas* dalam kaitannya dengan investasi terdiri atas Tingkat Pengembalian Aset (ROA) dan Tingkat Pengembalian Ekuitas (ROE).

Menurut Weston & Brigham (1994) dan Agus Sartono (2001) rumus-rumus yang dapat digunakan untuk menghitung rasio *profitabilitas* adalah:

1. Marjin Laba Kotor atas Penjualan/ *Gross Profit Margin on Sales* (GPMS)

Rasio ini digunakan untuk mengukur persentase laba kotor dari setiap penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.

$$\text{GPMS} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

2. Marjin Laba Bersih atas Penjualan/ *Net Profit Margin on Sales* (NPMS)

Marjin laba bersih atas penjualan digunakan untuk mengukur persentase laba bersih dari setiap penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.

$$\text{NPMS} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

3. Tingkat Pengembalian atas Aset/ *Return on Assets* (ROA)

Disebut juga rasio tingkat pengembalian atas investasi (ROI/ *Return on Investment*). Rasio ini mengukur efisiensi dari penggunaan sumber daya (aset) untuk menghasilkan laba bersih bagi perusahaan. ROA menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Sesudah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

4. Tingkat Pengembalian atas Ekuitas/ *Return on Equity* (ROE)

Rasio ini menunjukkan tingkat pengembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap rupiah modal dari pemilik, yang diperoleh dengan cara membagi laba bersih dengan total ekuitas.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

5. Daya Laba Dasar/ *Basic Earning Power* (BEP)

Rasio ini mengindikasikan kemampuan dari asset-asset perusahaan untuk menghasilkan laba operasi. Rasio ini dihitung dari laba sebelum bunga dan pajak (EBIT/ *Earning Before Interest and Tax*) dibagi total aset.

$$\text{Daya Laba Dasar} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total Aset}}$$

Return on Assets (ROA)

Return on Assets (ROA) merupakan salah satu rasio untuk mengukur *profitabilitas* perusahaan, yaitu merupakan perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total aset. Menurut Syahyunan (2004:85), *Return on Assets*

menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan”.

Return on Asset (ROA) mengukur berapa persentase laba bersih sesudah pajak terhadap total aset perusahaan tersebut. Dengan mengetahui rasio ini, dapat dinilai apakah perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan asetnya dalam kegiatan operasional perusahaan. Rasio ini juga memberikan ukuran yang lebih baik atas *profitabilitas* perusahaan, karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aset untuk memperoleh pendapatan.

Hipotesis

Beberapa penelitian terdahulu mengenai implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap perbedaan *profitabilitas* perusahaan telah banyak dilakukan. Hasil dari penelitian yang dilakukan memiliki hasil yang berbeda antara peneliti satu dengan lainnya. Penelitian yang dilakukan Hariyani Reni (2011) hasilnya adalah sesudah PT Unilever Indonesia Tbk melakukan implementasi CSR lebih mampu dalam memanfaatkan seluruh kekayaannya untuk menghasilkan laba dibandingkan dengan sebelum melakukan implementasi CSR.

Almar, Rachmawati dan Murni (2012) dengan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas perusahaan yang diukur dengan ROA dan NPM. Sedangkan penelitian yang dilakukan Hackston *and* Milne (1996) dan Yuliani (2003) dalam Rohmah (2013) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Adanya perbedaan hasil penelitian tersebut peneliti ingin menguji kembali pengaruh implementasi

Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap *profitabilitas* PT Timah (Persero) Tbk.

Perhitungan *profitabilitas* pada penelitian ini menggunakan *Return on Assets* (ROA) sebagai ukuran kinerja keuangan. Alasan peneliti menggunakan ROA sebagai pengukuran *profitabilitas* karena menurut (Van Horne: 2005) ROA merupakan pengukuran yang komprehensif dimana seluruhnya mempengaruhi laporan keuangan yang tercermin dari rasio ini. Laporan keuangan yang dapat tercermin dari ROA adalah neraca dan laba rugi. Selain itu, proses perhitungan ROA mudah dilakukan dan mudah untuk dipahami.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₀: Tidak terdapat perbedaan tingkat *profitabilitas* antara sebelum dan sesudah penerapan program CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada PT Timah (Persero) Tbk.

H₁: Terdapat perbedaan tingkat *profitabilitas* antara sebelum dan sesudah penerapan program CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada PT Timah (Persero) Tbk.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Ditinjau dari permasalahan yang akan diteliti maka penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Arikunto Suharsimi (2006: 12) penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data terhadap data tersebut. Dalam penelitian ini peneliti hanya mendeskripsikan tentang perbedaan *profitabilitas* PT Timah (Persero) Tbk sebelum dan sesudah pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility (CSR) serta menganalisis penyebabnya adanya perbedaan *profitabilitas*.

Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel

Menurut Rohmah (2013) variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen, sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel independen). Variabel independen pada penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan variabel dependennya adalah *profitabilitas* perusahaan yang diukur menggunakan ROA.

Variabel Independen

Pengungkapan CSR merupakan data yang diungkap oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosialnya yang meliputi tema lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, serta keterlibatan masyarakat dan umum. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dianalisis dengan menggunakan standar dari *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan 79 item pengungkapan yang harus disajikan pada laporan berkelanjutan. Cara analisis dengan menggunakan *content analysis* (Weber, 1998 dalam Winardi, 2012), yaitu suatu metode pengkodifikasian teks dari ciri-ciri yang sama untuk ditulis dalam berbagai kelompok (kategori) tergantung pada kriteria yang ditentukan. *Check list* dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang mencakup tiga kategori, yaitu indikator kinerja ekonomi 9 item, indikator kinerja lingkungan 30 item dan indikator kinerja sosial 40 item.

Variabel Dependen

Perhitungan *profitabilitas* pada penelitian ini menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA). Stoner dan Sirait (1994) ROA adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aset untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total. Rasio ini merupakan rasio yang terpenting karena merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya.

Sampel Penelitian

Perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT Timah (Persero) Tbk. PT Timah (Persero) Tbk telah mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sejak tahun 2007. Sampel yang digunakan adalah laporan keuangan sebelum menerapkan CSR tahun 2001-2006 dan sesudah menerapkan CSR tahun 2007-2012. Serta *Sustainability Report* PT Timah (Persero) Tbk sejak tahun 2007.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan berkelanjutan perusahaan tahun 2001-2012. Informasi data untuk laporan berkelanjutan dan laporan keuangan diperoleh melalui website resmi PT Timah (Persero) Tbk.

Metode Analisis Data

Data penelitian ini diolah dengan menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) dengan menggunakan uji t berpasangan (*paired-samples t Test*) untuk menguji hipotesis.

Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *profitabilitas* pada PT Timah (Persero) Tbk. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, nilai maximum, mean dan standar deviasi.

Rancangan Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara mempersiapkan data-data laporan keuangan dari PT Timah (Persero) Tbk selama tahun 2001-2006 dan laporan keuangan tahun 2007-2012. Data keuangan yang sudah ada kemudian dihitung rasio *profitabilitasnya* dengan menggunakan *Return on Assets* (ROA). ROA didapatkan dengan menghitung antara laba bersih sesudah pajak (*earning after taxes*) perusahaan periode t terhadap total asset (*total assets*) perusahaan periode t. *Profitabilitas* terbagi menjadi dua kelompok yaitu sebelum pengungkapan CSR (tahun 2001-2006) dengan sesudah pengungkapan CSR (tahun 2007-2012).

Tahap selanjutnya adalah melakukan uji t berpasangan (*paired-samples t Test*). Pengujian hipotesis dengan menggunakan statistik parametrik menggunakan uji t yaitu *paired sample T test*, dengan tingkat signifikansi (α)= 0,05 atau tingkat kepercayaan 95% yang berarti tingkat kesalahan penelitian ini adalah sebesar 5%. Uji t berpasangan (*paired-samples t Test*) digunakan untuk membandingkan selisih dua purata (*mean*) dari dua sampel yang berpasangan dengan asumsi data terdistribusi normal (Stanisiaus, 2009).

Kriteria untuk menolak atau menerima H_0 dalam pengujian hipotesis berdasarkan *P-Value* adalah sebagai berikut:

Jika $P\text{-Value} < \alpha$, maka H_0 ditolak

Jika P-Value > α , maka H_0 diterima

HASIL

**Tabel 2. Laporan Keuangan PT Timah (Persero) Tbk Tahun 2001-2006
(Sebelum Pengungkapan CSR)**

Tahun	Total Aset (Dalam Jutaan Rupiah)	Laba Bersih Sesudah Pajak (EAT) (Dalam Jutaan Rupiah)
2001	1.948.727	36.800
2002	1.961.302	13.431
2003	1.974.282	76.372
2004	2.200.781	64.796
2005	2.748.331	107.499
2006	3.462.222	208.147

Sumber: Laporan keuangan PT Timah (Persero) Tbk (Tahun 2001-2006)

**Tabel 3. Laporan Keuangan PT Timah (Persero) Tbk Tahun 2007-2012
(Setelah Pengungkapan CSR)**

Tahun	Total Aset (Dalam Jutaan Rupiah)	Laba Bersih Sesudah Pajak (EAT) (Dalam Jutaan Rupiah)
2007	5.032.712	1.784.592
2008	5.785.003	1.342.358
2009	4.855.712	313.751
2010	5.881.108	947.936
2011	6.569.807	896.806
2012	6.101.007	431.588

Sumber: Laporan keuangan PT Timah (Persero) Tbk (Tahun 2007-2012)

PEMBAHASAN

Tabel 4. *Profitabilitas* sebelum Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Tahun 2001-2006

Tahun	<i>Return on Assets</i> (ROA)	Persentase <i>Return on Assets</i> (ROA)
	sebelum Menerapkan CSR	
2001	0,019	1,9%
2002	0,007	0,7%
2003	0,039	3,9%
2004	0,029	2,9%
2005	0,039	3,9%
2006	0,060	6,0%

Sumber: Data diolah penulis

Tabel 3 diatas dapat digunakan untuk melihat perkembangan *profitabilitas* perusahaan dari tahun 2001-2006. Pada tahun 2001 *profitabilitas* perusahaan menunjukkan nilai sebesar 0,019 (1,9%) yang artinya, setiap penggunaan Rp 1.000,- aset akan menghasilkan laba bersih sebesar Rp 19,-. Tahun 2002 sebesar 0,007 (0,7%), menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih sebesar Rp 7,- dari penggunaan aset sebesar Rp 1.000,-. Pada tahun 2003 adalah sebesar 0,039 (3,9%), dimana setiap penggunaan aset sebesar Rp 1.000,- perusahaan akan mampu menghasilkan laba bersih setelah pajak sebesar Rp 39,-. Tahun 2004 dengan *profitabilitas* sebesar 0,029 (2,9%), menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset sebesar Rp 1.000,- dapat menghasilkan laba bersih sebesar Rp 29,-. Periode tahun 2005, perusahaan menghasilkan *profitabilitas* 0,039 (3,9%) dengan maksud bahwa setiap perusahaan menggunakan asetnya sebesar Rp 1.000,- maka laba bersih yang

diperoleh sebesar Rp 39,-. Tahun terakhir yaitu pada 2006, sebesar 0,060 (6,0%). Menunjukkan bahwa setiap penggunaan aset sebesar Rp 1.000,- laba bersih sebelum pajak sebesar Rp 6,-.

Tabel 5. *Profitabilitas* setelah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Tahun 2007-2012

Tahun	<i>Return on Assets</i> (ROA) setelah Menerapkan CSR	Persentase <i>Return on Assets</i> (ROA)
2007	0,355	35,5%
2008	0,232	23,2%
2009	0,065	6,5%
2010	0,161	16,1%
2011	0,137	13,7%
2012	0,071	7,1%

Sumber: Data diolah penulis

Tabel 5 diatas dapat digunakan untuk melihat perkembangan *profitabilitas* perusahaan dari tahun 2007-2012. Pada tahun 2007 *profitabilitas* perusahaan menunjukkan nilai sebesar 0,355 (35,5%) yang artinya, setiap penggunaan Rp 1.000,- aset akan menghasilkan laba bersih sebesar Rp 355,-. Tahun 2008 sebesar 0,232 (23,2%), menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih sebesar Rp 232,- dari penggunaan aset sebesar Rp 1.000,-. Pada tahun 2009 adalah sebesar 0,065 (6,5%), dimana setiap penggunaan aset sebesar Rp 1.000,- perusahaan akan mampu menghasilkan laba bersih setelah pajak sebesar Rp 65,-. Tahun 2010 dengan *profitabilitas* sebesar 0,161 (16,1%), menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset sebesar Rp 1.000,- dapat menghasilkan laba bersih sebesar Rp 161,- Periode tahun 2011, perusahaan

menghasilkan *profitabilitas* 0,137 (13,7%) dengan maksud bahwa setiap perusahaan menggunakan asetnya sebesar Rp 1.000,- maka laba bersih yang diperoleh sebesar Rp 137,-. Tahun terakhir yaitu pada 2012, sebesar 0,071 (7,1%). Menunjukkan bahwa setiap penggunaan aset sebesar Rp 1.000,- laba bersih sebelum pajak sebesar Rp 71,-

Pembahasan Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap *Profitabilitas* Perusahaan

Pengukuran statistik deskriptif perlu dilakukan untuk menguji distribusi sampel data. Variabel yang digunakan adalah rasio *profitabilitas* yaitu menggunakan ROA (*Return on Assets*). Statistik deskriptif menunjukkan rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi).

Tabel 5. Statistik Deskriptif Sebelum dan Sesudah Pengungkapan CSR

	Descriptive Statistics											
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std.	Variance	Skewness	Kurtosis			
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
profitabilitas_sblm_CSR	6	5.30	.70	6.00	3.2167	.74941	1.83567	3.370	.191	.845	.136	1.741
profitabilitas_ssdlh_CSR	6	29.00	6.50	35.50	17.0167	4.47455	10.96037	120.130	.997	.845	.551	1.741
Valid N (listwise)	6											

Sumber: Perhitungan Output SPSS

Tampilan pada Tabel 5 menunjukkan jumlah data (N) ada 6 data sebelum pengungkapan CSR dan 6 data sesudah pengungkapan CSR, dari 6 data sebelum pengungkapan CSR *profitabilitas* terkecil (minimum) adalah 0,70 dan *profitabilitas* terbesar (Maximum) adalah 6,00. Rata-rata *profitabilitas* perusahaan sebelum pengungkapan 3,2167 dengan standar deviasi sebesar 0,74941. Pengujian

statistik deskriptif untuk sesudah pengungkapan CSR diperoleh data sebagai berikut, setelah pengungkapan CSR *profitabilitas* terkecil (minimum) meningkat menjadi 6,50 dan *profitabilitas* terbesar (maximum) sebesar 35,50. Rata-rata *profitabilitas* perusahaan setelah pengungkapan CSR 17,0167 dengan standar deviasi sebesar 4,47455.

Secara keseluruhan untuk analisa statistik deskriptif untuk nilai minimum, maksimum dan mean *profitabilitas* antara sebelum dan sesudah pengungkapan CSR mengalami peningkatan. Distribusi sampel data juga terdistribusi secara normal karena skewness dan kuortosis sebelum pengungkapan dan setelah pengungkapan nilainya mendekati nol.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan menggunakan statistik parametik menggunakan uji t yaitu *paired sample T test*, dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 atau tingkat kepercayaan 95% yang berarti tingkat kesalahan dari penelitian ini adalah sebesar 5%. Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan rata-rata antara *profitabilitas* perusahaan PT Timah (Persero) Tbk sebelum pengungkapan CSR dengan sesudah pengungkapan CSR.

Tabel 6. *Profitabilitas* Sebelum dan Sesudah Pengungkapan CSR

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	profitabilitas_sblm_CSR	3.2167	6	1.83567	.74941
	profitabilitas_ssdh_CSR	17.0167	6	10.96037	4.47455

Sumber: Output Perhitungan SPSS

Pada tabel 6 *Paired Samples Statistics* menunjukkan bahwa rata-rata *profitabilitas* perusahaan PT Timah (Persero) Tbk mengalami kenaikan sebesar

13,38 dari 3,2167 (rata-rata *profitabilitas* sebelum pengungkapan CSR) menjadi 17,0167 (rata-rata *profitabilitas* sesudah pengungkapan CSR).

Tabel 7. Paired Samples Test

		Paired Differences					T	df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval of the Difference					
					Mean	Lower				Upper
Pair 1	profitabilitas_sblm_CSR - profitabilitas_ssdlh_CSR	-1.38000E1	12.41628	5.06892	-26.83009	-.76991	-2.722	5	.042	

Sumber: Output Perhitungan SPSS

Pada tabel *Paired Samples Test* memberikan nilai t hitung sebesar $-2,722$ dengan *p-value* untuk uji dua sisi (2-tailed) sebesar 0,042. Nilai *p-values* untuk uji dua sisi ini lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, sehingga merupakan bukti kuat menolak H_0 dan menerima H_1 . Sehingga dapat diberikan kesimpulan bahwa rata-rata *profitabilitas* sebelum pengungkapan CSR dengan *profitabilitas* sesudah pengungkapan CSR adalah tidak sama. Atau dengan kata lain terdapat perbedaan *profitabilitas* perusahaan PT Timah (Persero) Tbk antara sebelum pengungkapan CSR dengan sesudah pengungkapan CSR.

Berdasarkan analisis yang penulis lakukan pada *Sustainability Reporting* PT Timah (Persero) Tbk, penyebab meningkatnya *profitabilitas* perusahaan sesudah pengungkapan CSR bukan hanya adanya pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Pengungkapan CSR hanya menjadi salah satu penyebab meningkatnya *profitabilitas* perusahaan, namun disisi lain masih ada beberapa faktor yang mempengaruhi peningkatan *profitabilitas* tersebut. Berdasarkan laporan keuangan tahun 2007, nilai penjualan logam timah PT Timah (Persero)

Tbk meningkat sebesar 126% menjadi Rp 7,7 triliun. Peningkatan nilai penjualan PT Timah (Persero) Tbk karena akibat adanya kenaikan harga timah yang cukup signifikan, yaitu rata-rata mencapai \$ 14.410 per metrik ton atau naik 64% dari tahun 2006 yang hanya \$ 8.844 per metrik ton.

PT Timah (Persero) Tbk pada tahun 2007 meraih laba bersih sebesar Rp 1.784 triliun atau meningkat 757,57% dari tahun 2006 yang mencapai Rp 208,1 miliar. Peningkatan laba tersebut terutama disebabkan oleh meningkatnya hasil penjualan logam timah dan volume penjualan yang diikuti program penghematan biaya sarana penunjang produksi. Program tersebut berhasil menekan biaya produksi, biaya usaha maupun biaya pajak. Disamping harga rata-rata penjualan timah yang tinggi, peningkatan pendapatan penjualan PT Timah (Persero) Tbk juga disebabkan oleh volume penjualan yang naik sebesar 38% dari tahun sebelumnya.

SIMPULAN

Kesimpulan

Statistik deskriptif yang dilakukan penulis, didapatkan bahwa *profitabilitas* PT Timah (Persero) Tbk sesudah pengungkapan CSR lebih *profitable* dibandingkan dengan sebelum pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa sesudah PT Timah (Persero) Tbk melakukan pengungkapan CSR lebih mampu dalam memanfaatkan seluruh kekayaannya untuk menghasilkan laba dibandingkan dengan sebelum melakukan pengungkapan CSR.

Hasil pengujian hipotesis yaitu *Paired Sample T-Test*, dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 dapat disimpulkan bahwa rata-rata *profitabilitas* sebelum pengungkapan CSR dengan *profitabilitas* sesudah melaksanakan CSR adalah

tidak sama. Dengan kata lain, terdapat perbedaan *profitabilitas* perusahaan PT Timah (Persero) Tbk antara sebelum pengungkapan CSR dengan sesudah pengungkapan CSR. Pada tabel *Paired Samples Statistics* menunjukkan bahwa rata-rata *profitabilitas* PT Timah (Persero) Tbk mengalami kenaikan sebesar 13,38% dari 3,2167 (rata-rata *profitabilitas* sebelum pengungkapan CSR) menjadi 17,0167 (rata-rata *profitabilitas* sesudah pengungkapan CSR). Dengan nilai *p-value* untuk uji dua sisi (2-tailed) = 0,42. Pada dasarnya perbedaan *profitabilitas* bukan disebabkan oleh pengungkapan CSR, namun diakibatkan oleh harga jual timah yang cenderung fluktuatif.

Saran

Saran dalam rangka pengembangan ilmu yang merupakan penelitian lanjutan dapat menggunakan rasio *profitabilitas* yang lain untuk melakukan pengujian. Peneliti juga dapat menggunakan beberapa rasio dalam penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan periode yang lebih lama agar hasil yang didapatkan lebih akurat dan lebih menunjukkan tingkat pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan secara kontinyu.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Sartono. 2001. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.
- Almar, Multafia., Rachmawati, Rima., dan Murni, Asfia. 2012. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan*. Jurnal SNAB (Seminar Akuntansi dan Bisnis)
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Dwi, Rahayu. 2011. *Analisis Pengaruh Pemeriksaan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Semarang Selatan*. Jurnal-Ekonomi-Manajemen-Akuntansi Vol.18 No.30
- Elkington, J. 1997. *Cannibal with Forks, The Tripple Bottom Line of Twentieth Century Business*. Capstone Publishing Ltd, London.

- Falk. 2007. *Sustainability Reporting and Business Value*. European CEO. Diakses 21 Desember 2014.
- Ghozali, Iman dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Reporting Intiatives (GRI). 2006. *Sustainability Reporting Guidelines*. Amsterdam
- Hariyani, Reni. 2011. *Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Perbedaan Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus PT Unilever Indonesia Tbk)*. Jurnal Budi Luhur. Riset.budiluhur.ac.id/penelitian/ekonomi.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2007. *Standar Akuntansi Keuangan Edisi 2007*. Jakarta: Salemba Empat
- James C, Van Horne dan John. M. Machowicz. 2005. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi kedua belas. Jakarta: Salemba Empat.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Skripsi S1 Akuntansi UNDIP.
- Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. PER-05/MBU/2007 Tahun 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.
- Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
- Rohmah, Fauziyatur. 2013. *Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk)*. Jurnal Universitas Negeri Surabaya
- Stanasiaus, S. Uyanto. 2009. *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Stoner, James A.F. dan Alfonsus, Sirait. 1991. *Manajemen*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Syahyunan. 2004. *Manajemen Keuangan I*. Medan: USU Press
- Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- Waryanti. 2009. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indoensia*. Skripsi S1 Akuntansi UNDIP.
- Weston dan Brigham. 1999. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisis ketujuh, Jilid 1. Jakrta: Erlangga.
- Winardi, J. 2011. *Motivasi dan Permotivasion*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
www.timah.com
- Zulfa, Maulida. 2012. *Pengaruh Return Saham, Harga Saham, Volume Perdagangan, dan Varian Return Saham terhadap Bid Ask Spread Saham pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Tesis Universitas Muria Kudus