

**ANALISIS PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN
(Studi Kasus PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk)**

Fauziyatur Rohmah
fauziyaturrohmah@rocketmail.com
Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

This purpose of research was to determine the company's ability to generate profitability before implementing Corporate Social Responsibility (CSR) after applying the Corporate Social Responsibility (CSR) in PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. This research uses ROA as a measure of profitability ratios. The sample used financial statements of PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk before menerakan CSR in 1996-2000 and after implementing CSR in 2008-2012. Method data collection who used in this research is secondary data, which obtained from Bursa Efek Indonesia (BEI) and from official website company's. Method data analysis who used statistical test descriptive, Based on the results testing of statistic descriptive there are increase profitability after the application of CSR.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Profitability, Return on Asstes (ROA).*

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan di seluruh dunia akan melakukan berbagai macam kegiatan yang terencana untuk dapat meningkatkan *eksistensi* perusahaan dan menjadi perusahaan yang Good Bussiness. Salah satunya dengan cara menerapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR merupakan sebuah kesepakatan dari *The Word Bussiness Council for Subtainable Development* (WBCSD) di Afrika Selatan pada tahun 2002 yang ditujukan untuk mendorong seluruh perusahaan dunia dalam rangka terciptanya suatu pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Kesadaran tentang pentingnya mempraktikan *Corporate Social Resposibility* (CSR) ini menjadi *trend* global seiring dengan semakin maraknya kepedulian yang mengutamakan *stakeholders*. Program *Corporate Social*

Responsibility (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial, dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang mengelola atau memiliki dampak terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan. Undang-undang No. 40 Tahun 2007 mengatur tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR), menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang saat ini dilakukan bukan lagi bersifat sukarela.

PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dapat menembus satu persatu pesaingnya, mulai dari Bentoel, Djarum lalu kini merambah ke Gudang Gram. Hal ini dapat terjadi karena perusahaan mampu menangkap tanda-tanda ke depan yang tidak bisa dilakukan oleh pesaingnya. Akhir tahun 1989, PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk memasarkan produk *Sampoerna A Mild* rokok dengan kadar nikotin rendah. Banyak orang ragu akan produk tersebut, namun pada kenyataannya dapat dibuktikan bahwa *Sampoerna A Mild* dengan kadar nikotin rendah mampu menarik konsumen, yang lebih memperhatikan akan kesehatan dan saat ini *A Mild* mampu mengalahkan pesaing terdekatnya Bentoel dan Djarum.

Sebagai perusahaan rokok yang produknya memiliki risiko kesehatan yang paling tinggi, Sampoerna menyadari akan selalu ada kontroversi terhadap program apapun yang dijalankan oleh Sampoerna. Meskipun kegiatan yang dijalankan dengan niat baik akan selalu ada kritik dan kekhawatiran. Bagi Sampoerna *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan usaha untuk mendekatkan diri dengan konsumen. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga tidak dikaitkan dengan positioning merek. Namun demikian, setiap *brand* memiliki

kegiatan yang diarahkan untuk kegiatan sosial yang dikenal dalam ilmu manajemen pemasaran *societal marketing*.

Embrio kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk sudah ada sejak tahun 1994, namun pada tahun 2000 dirumuskan dalam program kegiatan. Tahun 2001 pelaksanaan program-program CSR di bawah payung besar Sampoerna untuk Indonesia. Program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh Sampoerna dikelompokkan dalam empat program yaitu: (1) Bina pendidikan; dikonsolidasikan dengan program yang di kembangkan oleh yayasan Sampoerna; (2) Bina lingkungan, difokuskan pada konservasi lingkungan; (3) Bina ekonomi, bina ekonomi regular dan bina ekonomi akselerasi; (4) Bina sosial, dijalankan secara khusus oleh tim SAR Sampoerna dan organisasi karyawan.

Keseluruhan program ini dijalankan oleh Sampoerna dan *brand-brand* yang dimiliki perusahaan ini. Ada pembagian tugas dalam mengimplementasikan keempat program tersebut. Misalnya *A Mild*, difokuskan untuk anak muda yang berbakat dibidang musik. Sampoerna Hijau, berpartisipasi dalam kegiatan konservasi lingkungan dan alam kemudian *Dji Sam Soe* untuk usaha kecil dan menengah yang digelar tiap tahun.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk berdampak pada *image* positif perusahaan dikalangan masyarakat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Dari *image* positif masyarakat, berdampak pada kinerja perusahaan termasuk kinerja keuangan.

Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio profitabilitas.

Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas menjadi suatu pertimbangan yang sangat penting untuk investor memutuskan keputusan investasinya. Dari uraian diatas penulis ingin mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas. Maka penulis melakukan penelitian ini dengan judul: “Analisis Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan Studi pada PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: Apakah terdapat perbedaan profitabilitas sebelum dengan sesudah menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian adalah ingin mengetahui bagaimana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profitabilitas) sebelum menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan sesudah menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk.

KAJIAN TEORITIS

Teori *Stakeholder*

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Pengertian teori *stakeholder* menurut (Freeman, 1984) adalah sekelompok orang atau individu yang diidentifikasi dapat mempengaruhi kegiatan perusahaan ataupun dapat dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan. *Stakeholder* ini sering diidentifikasi dengan suatu dasar tertentu sebagaimana dikemukakan, yaitu dari segi kekuatan dan kepentingan relatif *stakeholder* terhadap isu, dari segi posisi penting dan pengaruh yang dimiliki mereka.

Teori ini juga menyatakan perusahaan akan memilih secara sukarela dalam pengungkapan informasi kinerja lingkungan, sosial, dan intelektual mereka, melebihi dan diatas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh *stakeholder*. Tujuan utamanya adalah membantu manajer korporasi untuk mengerti lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif diantara keberadaan hubungan-hubungan di lingkungan perusahaan mereka serta menolong manajemen korporasi dalam meningkatkan nilai dari dampak aktivitas-aktivitas mereka dan meminimalkan kerugian bagi *stakeholdernya*. Perusahaan melakukan wawancara terhadap para *stakeholder* untuk mengetahui keinginan-keinginan *stakeholder* dan menyusun startegi perusahaan untuk memuaskannya. *Corporate Social*

Responsibility merupakan strategi perusahaan untuk memuaskan keinginan para *stakeholder*, makin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan maka *stakeholder* akan makin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai laba.

Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Hackston and Milne, tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *Corporate Social Responsibility* atau *Social Disclosure*, *Social Reporting* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring,2005). Selain itu, ISO 26000 mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

Menurut Gray *et.al* dalam (Sembiring,2005) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung

membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan. Pendekatan alternatif kedua dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *United States-based Business for Social Responsibility* (BSR), banyak sekali keuntungan yang didapatkan perusahaan yang telah mempraktikkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara lain: (1) meningkatkan *brand image* dan reputasi perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat membuat perusahaan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat sehingga reputasi perusahaan juga akan meningkat apabila perusahaan melaksanakan program tersebut dengan sebaik-baiknya; (2) meningkatkan penjualan dan *loyalitas* pelanggan. Apabila program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan dengan baik oleh perusahaan maka para pelanggan akan menjadi lebih loyal karena para pelanggan tidak hanya mengetahui kualitas tetapi juga tujuan baik perusahaan; (3) mengurangi biaya *operasional*, dengan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan tidak perlu lagi mengeluarkan anggaran untuk biaya promosi, karena produk atau perusahaan pasti akan lebih dikenal oleh masyarakat. Dengan demikian biaya *operasional* akan menurun; (4) meningkatkan kinerja keuangan, dengan adanya CSR diharapkan laba perusahaan akan lebih meningkat karena penjualan akan

meningkat. Dengan demikian dengan adanya penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kinerja keuangan dari perusahaan tersebut secara otomatis akan meningkat.

Definisi Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan, profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya. *Return on equity* atau profitabilitas adalah suatu pengukuran dari penghasilan atau *income* yang tersedia bagi pemilik perusahaan atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan.

Committee on terminology mendefinisikan profitabilitas adalah jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi. Sedangkan menurut *APB Statement* mengartikan profitabilitas adalah kelebihan (*defisit*) penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi (Harahap,2008). Profitabilitas merupakan ukuran pokok keseluruhan keberhasilan perusahaan (Simamora,2000). Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah penghasilan yang diinginkan oleh perusahaan dalam menjual produknya pada periode akuntansi tertentu.

Manfaat Profitabilitas

Menurut (Munawir,2002) rasio profitabilitas memiliki beberapa manfaat, antara lain: (1) mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan

dalam satu periode; (2) mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang; (3) mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu; (4) mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri; (5) mengetahui profitabilitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Pengukuran Rasio Profitabilitas

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 dari atas Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*) dan Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*). Profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi terdiri dari Tingkat Pengembalian Aset (ROA) dan Tingkat Pengembalian Ekuitas (ROE).

Profitabilitas Investasi

Return on Investment (ROI) atau Tingkat Pengembalian atas Investasi. Disebut juga rasio tingkat pengembalian atas aset (*Return on Asset*), rasio ini mengukur efisiensi dari penggunaan sumber daya (aset) untuk menghasilkan laba bersih bagi perusahaan. *Return On Investment* adalah merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan didalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan (Syamsuddin,2009). *Return On Investment* merupakan rasio yang menunjukkan berapa besar laba bersih diperoleh perusahaan bila di ukur dari nilai aktiva (Syafri, 2008). *Return on Investasi* dihitung dengan rumus:

$$\text{Return on Investasi (ROI)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}}$$

Return On Equity (REO) atau Tingkat Pengembalian atas Ekuitas. *Return On Equity* merupakan perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total ekuitas. *Return On Equity* merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan (Syafri, 2008). *Return On Equity* adalah rasio yang memperlihatkan sejauh manakah perusahaan mengelola modal sendiri (*net worth*) secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan (Sawir, 2009). ROE menunjukkan rentabilitas modal sendiri atau yang sering disebut rentabilitas usaha. *Return On Equity* dihitung dengan rumus:

$$\text{Return On Equity (REO)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Basic Earning Power (BEP) atau Daya Laba Dasar. Rasio ini mengindikasikan kemampuan aset-aset perusahaan untuk menghasilkan laba operasi. Rasio ini dihitung dari laba sebelum bunga dan pajak (*EBIT/ Earning Before Interest and Tax*) dibagi total aset. *Basic Earning Power* dihitung dengan rumus:

$$\text{Basic Earning Power (BEP)} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total aset}}$$

Return On Asset (ROA) yaitu rasio antara *Net Income After Tax* terhadap aset secara keseluruhan menunjukkan ukuran produktivitas aktiva dalam

memberikan pengembalian pada penanaman modal (Sawir,2009). Rasio ini merupakan ukuran yang berfaedah jika seseorang ingin mengevaluasi seberapa baik perusahaan telah memakai dananya, tanpa memperhatikan besarnya relatif sumber dana tersebut dan mengukur berapa presentase laba bersih sesudah pajak terhadap total aset perusahaan tersebut. *Return on Asset* dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Return on Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total asset}}$$

Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas

Riset penelitian empiris terhadap hubungan pengungkapan sosial perusahaan, profitabilitas menghasilkan hasil yang sangat beragam. Sedangkan penelitian yang dilakukan Hackston *and* Milne (1996) melaporkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Yuliani (2003) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Cahya, Adi Bramantya (2010) menunjukkan hasil bahwa kinerja keuangan yang terdiri dari rasio Size, ROA, dan Leverage berpengaruh secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) perbankan di Indonesia periode 2007-2008.

Haryani (2011) hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk setelah menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih mampu memanfaatkan kekayaannya untuk menghasilkan laba. Bertentangan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar perolehan laba yang didapat perusahaan, maka semakin luas informasi sosial yang diungkapkan

perusahaan. Mengingat akan ketidak konsistenan dari hasil penelitian para ahli yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini menguji kembali pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas di PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif, disebut rancangan deskriptif karena berusaha menganalisis data dengan menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Peneliti menggambarkan tingkat penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *profitabilitas* pada PT HM Sampoerna Tbk.

Jenis Penelitian

Penelitian ini dapat diklasifikasikan ke dalam jenis penelitian kuantitatif dimana penelitian ditekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

Variabel Penelitian

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang 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 dalam

penelitian ini adalah penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan variabel dependennya adalah profitabilitas perusahaan.

Sampel Penelitian

Perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT HM Sampoerna Tbk. Sebagai mana program- program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT HM Sampoerna Tbk tahun 2001. Sampel laporan keuangan yang digunakan sebelum menerapkan CSR tahun 1996-2000 dan sesudah menerapkan CSR tahun 2008-2012

Metode Pengumpulan data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diungkapkan dalam website resmi PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan juga dari sumber atau literatur yang lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Metode Analisis Data

Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset* (ROA). ROA adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total (Stoner dan Sirait, 1994). Rasio ini merupakan rasio yang terpenting untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. *Return on asset* merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya.

Uji Statistik Deskriptif

Statistik dengan analisis deskriptif, yaitu menghasilkan analisa dispersi (minimum, maksimum), dan mean. Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk.

HASIL

Tabel 1. Laporan Keuangan PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk Tahun 1996-2000 (Sebelum Menerapkan CSR)

Tahun	Total Aset (Dalam Jutaan Rupiah)	Laba Bersih Sesudah Pajak (EAT) (Dalam Jutaan Rupiah)
1996	2.435.532	396.537
1997	3.303.543	20.343
1998	3.687.450	95.420
1999	4.870.383	1.412.659
2000	7.248.119	1.013.897

Sumber: Laporan keuangan PT HM Sampoerna Tbk (tahun 1996-2000)

Tabel 2. Laporan Keuangan PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk Tahun 2008-2012 (Sesudah Menerapkan CSR)

Tahun	Total Aset (Dalam Jutaan Rupiah)	Laba Bersih Sesudah Pajak (EAT) (Dalam Jutaan Rupiah)
2008	16.133.819	3.897.120
2009	17.716.447	5.089.310
2010	20.525.123	6.442.748
2011	19.376.343	8.064.426
2012	26.247.527	9.945.295

Sumber: Laporan keuangan PT HM Sampoerna Tbk (tahun 2008-2012)

PEMBAHASAN

Tabel 3. Profitabilitas Sebelum Menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Tahun 1996-2000

Tahun	<i>Return on Assets</i> (ROA) Sebelum Menerapkan CSR	Persentase <i>Return on Assets</i> (ROA)
1996	0,163	16,3%
1997	0,006	0,6%
1998	0,026	2,6%
1999	0,290	29%
2000	0,140	14%

Sumber: Data diolah

Dari tabel 3 tersebut dapat dilihat, profitabilitas untuk tahun 1996 adalah sebesar 0,163 (16,3%). Menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan, artinya dengan menggunakan Rp 1.000 aset akan menghasilkan laba bersih sesudah pajak sebesar Rp 163. Tahun 1997 adalah sebesar 0,006 (0,6%). Menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan, artinya dengan menggunakan Rp 1.000 aset akan menghasilkan laba bersih sesudah pajak sebesar Rp 6. Tahun 1998 adalah sebesar 0,026 (2,6%). Menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan, artinya dengan menggunakan Rp 1.000 aset akan menghasilkan laba bersih sesudah pajak sebesar Rp 26. Tahun 1999 adalah sebesar 0,290 (29%). Menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan, artinya dengan menggunakan Rp 1.000 aset akan menghasilkan laba bersih sesudah pajak sebesar Rp 290. Tahun 2000 adalah sebesar 0,140 (14%). Menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan, artinya dengan menggunakan Rp 1.000 aset akan menghasilkan laba bersih sesudah pajak sebesar Rp 140.

Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan rasio ROA sebelum menerapkan CSR pada tahun 1996-2000 mengalami ketidak stabilan. Dapat dilihat pada tahun 2000 yang menurun 15% dari tahun sebelumnya, tahun 1999.

Tabel 4. Profitabilitas Sesudah Menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Tahun 2008-2012

Tahun	<i>Return on Assets</i> (ROA) Sesudah Menerapkan CSR	Persentase <i>Return on Assets</i> (ROA)
2008	0,241	24,1%
2009	0,287	28,7%
2010	0,314	31,4%
2011	0,416	41,6%
2012	0,379	37,9%

Sumber: Data diolah

Dari tabel 4 tersebut dapat dilihat, profitabilitas untuk tahun 2008 adalah sebesar 0,241 (24,1%). Menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan, artinya dengan menggunakan Rp 1.000 aset akan menghasilkan laba bersih sesudah pajak sebesar Rp 241. Tahun 2009 adalah sebesar 0,287 (28,7%). Menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan, artinya dengan menggunakan Rp 1.000 aset akan menghasilkan laba bersih sesudah pajak sebesar Rp 287. Tahun 2010 adalah sebesar 0,314 (31,4%). Menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan, artinya dengan menggunakan Rp 1.000 aset akan menghasilkan laba bersih sesudah pajak sebesar Rp 314. Tahun 2011 adalah sebesar 0,416 (41,6%). Menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan, artinya dengan menggunakan Rp 1.000 aset akan menghasilkan laba bersih sesudah pajak sebesar Rp 416. Tahun 2012 adalah sebesar 0,379 (37,9%). Menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba

dari aset yang dipergunakan, artinya dengan menggunakan Rp 1.000 aset akan menghasilkan laba bersih sesudah pajak sebesar Rp 379.

Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan rasio ROA sesudah menerapkan CSR pada tahun 2008-2012 secara rata-rata mengalami peningkatan. Kemampuan perusahaan menghasilkan laba terus mengalami peningkatan setelah menerapkan CSR.

Analisis Penerapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas PT Hanjaya Mandala Sampoerna

Pengukuran statistik deskriptif digunakan untuk menghitung rata-rata (mean) profitabilitas sebelum dan sesudah menerapkan CSR. Variabel yang digunakan adalah rasio profitabilitas menggunakan ROA (*Return on Assets*).

Tabel 5. Statistik Deskriptif Sebelum dan Sesudah menerapkan CSR

	N	ROA Mimum	ROA Maximum	Mean
Profitabilitas SebelumCSR	5	0.006	0.290	0.12500
Profitabilitas SesudahCSR	5	0.241	0.416	0.32740

Sumber: Data diolah

Pada tabel 5 di atas, hasil dari statistik deskriptif menunjukkan bahwa profitabilitas PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk sesudah menerapkan CSR lebih *profitable* dibandingkan dengan sebelum menerapkan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa sesudah menerapkan CSR PT Hanjaya Mandala Sampoerna lebih mampu memanfaatkan seluruh asetnya untuk menghasilkan laba dibandingkan dengan sebelum menerapkan CSR.

Dapat dilihat bahwa rata-rata sebelum hingga sesudah menerapkan CSR mengalami peningkatan, sebelum menerapkan CSR sebesar 0,12500 dan sesudah menerapkan CSR sebesar 0,32740. Rata-rata profitabilitas mengalami peningkatan sesudah menerapkan CSR sebesar 0,2024. Dengan minimum yang menunjukkan nilai terendah dari suatu deretan data, untuk profitabilitas sebelum CSR adalah 0,006 dan sesudah adalah 0,241. Maximum menunjukkan nilai tertinggi dari suatu deretan data untuk profitabilitas sebelum CSR adalah 0,290 dan sesudah CSR adalah 0,416. Berdasarkan hasil statistik deskriptif dapat dilihat secara keseluruhan mengalami peningkatan. Nilai minimum, maximum, dan mean terdapat peningkatan sesudah menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh penerapan CSR terhadap profitabilitas perusahaan maka akan disajikan kesimpulan yaitu sebagai berikut: *Corporate Social Responsibility* (CSR) memberikan pengaruh terhadap peningkatan profitabilitas pada PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk, hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa terdapat perbedaan profitabilitas sebelum dan sesudah menerapkan CSR. Berdasarkan dari uji statistik nilai minimum, maximum, dan mean terdapat peningkatan sesudah menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagi Perusahaan:

Sesuai dengan hasil penelitian bahwa penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan, disarankan agar perlunya meningkatkan intensitas program CSR dimaksudkan untuk dapat meningkatkan citra PT Hanjaya Mandala Sampoena Tbk di mata masyarakat sehingga akan mempengaruhi kinerja keuangan di masa yang akan datang.

Bagi Penelitian Selanjutnya:

Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel, memperpanjang periode atau rentang waktu penelitian sehingga lebih diketahui faktor-faktor yang berpengaruh dengan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahya, Adi Bramantya. 2010. *Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*, Skripsi Universitas Diponegoro.
- Erlita, Novia. 2011. *Pengelolaan Merk dan Reputasi*, (online), (<http://www.mercubuana.ac.id/files/42011-1-616490474836.doc>, diakses 21 Februari 2013).
- Freeman, R. E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston, Pitman.
- Guidance On Social Responsibility*, Document ISO 26000, 2008.
- Hackston, D. and M. J. Milne. 1996, *Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies*, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9 NO. 1:77108.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2008, *Analisis Kritis Laporan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Haryai, Reni. 2011. *Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan*, Universitas Budi Luhur.

- Hasibuan, Muhammad Rizal. 2001. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Emiten di BEJ dan BES*, Tesis S2 Magister Akuntansi.
- Henry, Simamora. 2000, *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Munawir, S. 2002. *Akuntansi Keuangan dan Manajemen*, Edisi Pertama, Cetakan I, Yogyakarta: BPFE.
- Petra Chistian University. *Laporan Keuangan PT HM Sampoerna Tbk 1996-2000*, (online), (<http://www.digilib.petra.ac.id>, diakses 28 Januari 2013).
- Sampoerna. *Laporan Keuangan 2008-2012*, (online), (<http://www.sampoerna.com>, diakses 30 April 2013).
- Sawir, Angnes. 2001, *Analisa Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi 7, Solo 15-16 Desember 2005.
- Stoner, James AF, Alfonsus Sirait. 1996. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Syafari Harahap, Sofyan. 2008, *Analisa Kritis Atas Laporan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Syamsudin, Lukman. 2009, *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*. 2007. Pemerintah Republik Indonesia.
- Yuliani, Rahma. 2003, *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Praktek Pengungkapan Sosial dan Lingkungan di Indonesia*, Tesis S2 Magister Akuntansi.